

MELAINE-NOÉ LAESSLÉ

LE GOÛT DU VIN

Créativité institutionnelle, appellations et culture du vin
en Suisse et en Nouvelle-Zélande

26

ÉCOLOGIE
& SOCIÉTÉ

LE GOÛT DU VIN

**CRÉATIVITÉ INSTITUTIONNELLE,
APPELLATIONS ET CULTURE DU VIN EN SUISSE
ET EN NOUVELLE-ZÉLANDE**

MELAINE-NOÉ LAESSLÉ

LE GOÛT DU VIN
CRÉATIVITÉ INSTITUTIONNELLE,
APPELLATIONS ET CULTURE DU VIN EN SUISSE
ET EN NOUVELLE-ZÉLANDE

ÉDITIONS ALPHIL-PRESSES UNIVERSITAIRES SUISSES

© Éditions Alphil-Presses universitaires suisses, 2018
Case Postale 5
2002 Neuchâtel 2
Suisse

www.alphil.ch

Alphil Distribution
commande@alphil.ch

ISBN papier 978-2-88930-192-8

ISBN pdf 978-2-88930-230-7

ISBN epub 978-2-88930-231-4

DOI: 10.33055/ALPHIL.03107

Cet ouvrage a été publié grâce aux soutiens de la Société Académique Vaudoise et de l'IDHEAP.

**Société
Académique**
Vaudoise

Publié avec le soutien du Fonds national suisse de la recherche scientifique.

Les Éditions Alphil bénéficient d'un soutien structurel de l'Office fédéral de la culture pour les années 2016-2020.

Photographie de couverture: *Calamin et Dézaley*, Lavaux © Melaine-Noé Laesslé, 2018.

Ce livre est sous licence:



Ce texte est sous licence Creative Commons: elle vous oblige, si vous utilisez cet écrit, à en citer l'auteur, la source et l'éditeur original, sans modifications du texte ou de l'extrait et sans utilisation commerciale.

Responsable d'édition: Rachel Maeder

*À Catharina, Margaux et Léonis, pour le soutien,
la patience et pour tout le bonheur du monde.*

*À Jacques Granges, d'un paradis à un autre,
pour l'amour de la nature et du vin.*

*À mes parents, pour un peu de tout ça,
et puis pour la confiance.*

«Le nom de loup désigne tout ce qui est sauvage en lui, tout ce qu'il considère comme mauvais, dangereux, comme source de terreur pour les bourgeois. Cet homme qui croit pourtant être un artiste et posséder des sens délicats se montre ainsi incapable de voir qu'en dehors du loup, derrière sa façade, il est habité par bien d'autres êtres; que les morsures douloureuses ne viennent pas toutes du loup; qu'il y a aussi le renard, le dragon, le tigre, le singe et l'oiseau de paradis. Il est incapable de voir que cet univers, ce jardin paradisiaque, empli d'êtres gracieux et effrayants, grands et petits, puissants et fragiles, est entièrement écrasé et emprisonné par la fable du loup, à l'instar de l'homme véritable qui est écrasé et emprisonné par l'homme fictif, par le bourgeois.»¹

¹ HESSE Hermann, *Le Loup des steppes*, Paris: Calmann-Lévy, 1996, p. 101.

REMERCIEMENTS

Cet ouvrage est tiré d'une thèse réalisée dans le cadre d'un projet de recherche financé par le FNS¹, débuté en janvier 2011 et mené au sein de la chaire de Politiques publiques et durabilité de l'Institut de hautes études en administration publique (IDHEAP) de l'Université de Lausanne. Une bourse de mobilité du Fonds national suisse (FNS), obtenue en 2014, m'a permis de prolonger la recherche par un séjour de douze mois en Nouvelle-Zélande, au sein de la *Lincoln University (Centre for viticulture & Oenology, Faculty of Commerce)* et de la *University of Auckland (School of Environment, Faculty of Science)*.

L'élaboration du modèle conceptuel propre à cette thèse ainsi que les résultats empiriques ont été discutés régulièrement, notamment dans le cadre de séminaires de recherche organisés par la chaire sous la direction du professeur Peter Knoepfel. Je remercie tout particulièrement les participants à ces discussions pour leurs précieuses remarques et leurs conseils constructifs : le Dr. Stéphane Boisseaux, le Dr. Guillaume de Buren, le Dr. Rémi Schweizer, le Dr. Johann Dupuis, la Dr. Julie Pollard, Laurent Tippenhauer ainsi que le prof. Stéphane Nahrath, la prof. Géraldine Pflieger, le prof. Andras Ladner, et le prof. Jean-Philippe Leresche. Mes remerciements s'adressent également aux deux chercheurs qui m'ont invité et chaleureusement accueilli au sein de leur institut en Nouvelle-Zélande, Sharon Forbes à la *Lincoln University* et le prof. Nick Lewis à la *University of Auckland*.

Je remercie enfin toutes les personnes qui ont accepté de répondre à mes questions, qui m'ont ouvert l'accès à leurs archives ou la porte de leur bureau et m'ont fourni de précieuses sources écrites, autant en Suisse que durant mon séjour en Nouvelle-Zélande. Sans leur disponibilité ce travail n'aurait jamais pu voir le jour. Je remercie également toute l'équipe de l'éditeur Alphil, pour

¹ *Le patrimoine, une ressource renouvelable? Construction, exploitation, entretien et labellisation des biens patrimoniaux en Suisse*, Projet FNS 132225, requérants, Prof. Peter Knoepfel, Dr. Stéphane Boisseaux

leurs conseils et pour tout le travail d'édition qui a permis de faire aboutir cet ouvrage.

Last but not least, mes remerciements s'adressent en particulier à Peter Knoepfel, qui m'a apporté tout son soutien et m'a accordé toute la liberté et la confiance nécessaire pour que je puisse réaliser la thèse qui a donné lieu à cet ouvrage. Si le goût du vin est omniprésent dans les questions qu'aborde ce travail, l'odeur familière et apaisante du tabac à pipe de Peter a elle aussi accompagné les heures passées au bureau et imprégné durablement tous les manuscrits qui ont précédé celui-ci.

PREMIÈRE PARTIE

« Il y en a qui sont là pour faire du vin, d'autres pour faire de l'argent. »
Un vigneron-encaveur, Chamoson.

CHAPITRE 1

INTRODUCTION ET PROBLÉMATIQUE

Contribuer à la compréhension des mécanismes institutionnels qui permettent à une ressource commune de se former et d'engendrer une diversité de valeurs au bénéfice de ses usagers: tel est l'objet du présent ouvrage. En nous concentrant sur différentes appellations de vin, nous nous efforcerons d'expliquer à quelles conditions de telles ressources locales parviennent à produire de la valeur économique mais aussi des valeurs symboliques et gustatives qui leur sont propres. Notre recherche remontera le fil des jeux d'acteurs et des rapports de force qui aboutissent à la formation d'arrangements institutionnels spécifiques permettant à des appellations de vin de se différencier et ainsi de fonctionner comme ressources productives.

Les questions posées ici ne concernent pas uniquement le vin ou les appellations d'origine, mais s'adressent de façon transversale aux productions agricoles et patrimoniales. Notre intuition est qu'il s'agit de ressources communes, dont il conviendrait de préserver la durabilité. Alors que la logique de la privatisation des ressources ne montre aucun signe d'essoufflement, que les valeurs de la rationalité économique semblent gagner et dominer un nombre croissant de sphères de la société (recherche, santé, environnement, etc.), il apparaît plus que nécessaire de mettre en évidence à la fois d'éventuelles alternatives concrètes de valorisation des ressources communes et la diversité des formes d'exploitation et d'entretien de ces ressources que les usagers parviennent à élaborer.

Ce cheminement innovant nous a conduit à formuler la problématique et le questionnement dans le domaine plus spécifique des appellations de vin. Ce faisant, le raisonnement au cœur de ce travail reste tout entier dédié à la thématique des *ressources communes* et pose la question de leur capacité à satisfaire les besoins formulés par la communauté de leurs usagers. Par analogie, on pourrait également traiter de ressources touristiques, patrimoniales évidemment (bâti ou non), énergétiques ou encore biologiques (biodiversité). Les appellations de vin ne sont que l'une des voies d'accès aux questions abordées ici et qui concernent plus généralement la libéralisation des échanges agricoles et la mise en concurrence croissante des territoires.

En 2017, les négociations du cycle de Doha à l'Organisation mondiale du commerce (OMC), pour l'extension du libre-échange dans le domaine agricole, sont au point mort. Or, le déblocage des négociations remettrait sur le devant de la scène les préoccupations (d'une partie) du monde politique et social concernant les modalités de survie des producteurs agricoles en Suisse ou l'origine et la qualité des biens en question. Le développement plus récent de projets d'accords de libre-échange régionaux (accord transpacifique [TPP]¹, accord transatlantique [TAFTA]²), préparés le plus à l'écart possible du débat public, est susceptible d'exercer un effet similaire. Notre objectif principal ici est double : que cet ouvrage soit à la fois stimulant pour nos pairs dans le monde de la recherche académique (objectif conceptuel) et utile aux acteurs (privés comme publics) du monde vitivinicole (objectif empirique).

Le vin est au carrefour de plusieurs dynamiques, parfois concurrentes et sujettes à de fortes rivalités. L'amélioration des techniques viticoles et vinicoles (Chiffolleau, 1998; Roger, 2010), la défense et la mise en valeur de savoir-faire traditionnels (Bérard & Marchenay, 2004; Domeniconi *et al.*, 2010), le développement des outils de la propriété intellectuelle, telles les marques et les indications géographiques, ou encore l'expansion d'un marché globalisé et de plus en plus concurrentiel (Banks & Overton, 2010; Hinnewinkel, 2010; Valceschini & Mazé, 2000) en constituent les traits les plus marquants. Dès lors, la problématique de cet ouvrage émerge au croisement de ces principales dynamiques.

1.1 GLOBALISATION ET ÉMERGENCE DU NOUVEAU MONDE³

La dynamique principale demeure, depuis une vingtaine d'années, le processus de globalisation et la libéralisation des marchés agricoles dans le cadre des accords GATT/OMC de 1994. Ces accords ont consolidé, dans un cadre institutionnel international, le processus des réformes de libéralisation et de dérégulation promues par l'esprit néolibéral qui s'est épanoui durant les années 1980. Cette dynamique a eu un impact sur les politiques publiques, notamment agricoles, en renforçant la concurrence territoriale au niveau international (Brenner, 2004) et en exerçant une pression supplémentaire sur les productions locales.

¹ TPP – Trans-Pacific Partnership. <https://www.mfat.govt.nz/en/trade/free-trade-agreements/free-trade-agreements-concluded-but-not-in-force/trans-pacific-partnership-agreement-tpp/>.

² TAFTA – Trans Atlantic Free Trade agreement. Actuellement au 15^e cycle de négociations. http://ec.europa.eu/trade/index_en.htm.

³ Argentine, Chili, États-Unis, Afrique du Sud, Chine, Australie et Nouvelle-Zélande essentiellement. Le Vieux Continent correspond aux anciens pays producteurs de vin d'Europe, soit essentiellement la France, l'Italie et l'Espagne, mais aussi la Suisse, l'Allemagne, l'Autriche ou encore la Grèce.

Or, ces changements ne se sont pas imposés dans les États visés par l'ouverture croissante des marchés sans rencontrer la résistance des principaux acteurs concernés. En Suisse, l'abandon du protectionnisme agricole d'après-guerre, qui préservait les acteurs (nationaux ou régionaux) d'une exposition trop forte au jeu de la concurrence, n'est survenu qu'à l'issue de négociations hautement conflictuelles (Sciarini, 1994, 1995). En conséquence, l'élimination (progressive) des mesures protectionnistes en Suisse s'est vue «compensée» par la définition (constitutionnelle) d'un nouveau rôle accordé à l'agriculture, désormais multifonctionnelle, et par des mesures de soutien découplées de la production. Et pour cause, en l'absence de mesures de protection, la majorité du secteur agricole aurait vraisemblablement disparu (Moor, 1985, p. 13).

Dans une logique inverse cependant, et pour des raisons liées au développement de leur propre secteur agricole, de nombreux pays du Nouveau Monde se sont engagés, à l'OMC, en faveur de la libéralisation des échanges correspondants. La croissance fulgurante et le succès de la viticulture, depuis la fin des années 1990, dans les nouveaux pays producteurs et exportateurs de vin, comme l'Australie ou la Nouvelle-Zélande, traduit l'intérêt que ces derniers portent à un marché global libéralisé (Barker, 2004; Johnson & Robinson, 2008).

1.2 PATRIMONIALISATION

Parallèlement à la question de la construction du marché globalisé, une seconde dynamique nourrit la problématique de cet ouvrage⁴. Il s'agit du regain d'intérêt suscité par les objets du patrimoine et, plus généralement, par l'exploitation (commerciale) de ce dernier. Le vin, autant que d'autres produits alimentaires – souvent dits «du terroir» –, mais aussi des pratiques culturelles ainsi que des paysages naturels ou bâtis sont concernés par cette dynamique patrimoniale (Boisseaux *et al.*, 2012; Camagni *et al.*, 2004; Hertz & Gonseth, 2008).

Certains objets culturels sont effectivement reconnus comme faisant partie du patrimoine, une notion qui suscite un intérêt croissant, ajoutant à la diversité de ses définitions et de ses usages. Jusqu'à peu, en Suisse, c'est le paradigme de la «préservation» qui dominait la régulation publique des biens reconnus comme patrimoniaux, concrétisé au travers de divers inventaires. Or, depuis une vingtaine d'années, des démarches nouvelles de promotion et de valorisation économique du patrimoine se sont substituées à la logique de la préservation, révélant les tensions entre ces différentes conceptions (Chiva, 1994; Harding, 1999).

⁴ Cette problématique a été développée dans un document antérieur (Laesslé, 2012). Cette section en reprend l'essentiel.

1.3 LE PATRIMOINE COMME RESSOURCE DANS LA GLOBALISATION

Dans un contexte de concurrence globale, le patrimoine peut constituer une ressource, notamment pour le développement régional, pour autant que cette ressource soit « activée » (Kebir, 2006). La reconnaissance du patrimoine en tant que ressource s'appuie sur différentes logiques portées par les acteurs qui le produisent, l'exploitent ou le promeuvent. Au-delà de sa valorisation économique, il est associé à des enjeux identitaires et territoriaux. La mise en valeur du patrimoine est ainsi au cœur des dynamiques de mise en concurrence territoriale. Elle pose des questions concernant, d'une part, la construction et donc la reconnaissance du patrimoine en tant que source de valeur et la distribution des bénéfices qu'il est possible d'en retirer et, d'autre part, les modalités d'action et d'organisation collective adoptées par les acteurs locaux (Laesslé, 2012).

De nos jours, la reconnaissance et la valorisation du patrimoine sont insérées dans un ensemble de régulations qui se traduisent non seulement en nouveaux types de droits de propriété (propriété intellectuelle, notamment), mais aussi au travers des politiques publiques (comme la politique agricole ou de développement régional).

1.4 LES LABELS AU CROISEMENT DE LA GLOBALISATION ET DU PATRIMOINE

L'attribution de labels par les pouvoirs publics, comme l'Appellation d'origine contrôlée (AOC)⁵ ou l'Indication géographique protégée (IGP), à des produits à forte valeur culturelle issus de l'agriculture, comme les vins, mais aussi les fromages ou des produits carnés, témoigne de l'évolution parallèle de la propriété intellectuelle et de l'engouement pour le patrimoine (Laesslé, 2012). De tels outils de labellisation poursuivent un double objectif : d'une part, favoriser la visibilité et la différenciation des produits sur le marché et remplir ainsi une fonction économique destinée à accroître le prix de vente du produit labellisé ; d'autre part, définir et protéger le résultat d'une pratique et d'un savoir-faire considérés comme traditionnels, en apportant une reconnaissance institutionnelle aux acteurs impliqués (Bérard & Marchenay, 2004).

Toutefois, ces labels font l'objet d'importantes rivalités qui renvoient simultanément à la dynamique de globalisation et à celle du patrimoine.

⁵ L'Union européenne (UE) utilise depuis 1992 le concept d'AOP (Appellation d'origine protégée). À la suite de l'entrée en vigueur, en 2011, d'un accord de reconnaissance mutuelle des AOP et IGP (Indication géographique protégée) entre la Suisse et l'UE, les produits AOC suisses ont également adopté l'AOP dès 2013. Il ne s'agit toutefois que d'un changement sémantique : la logique du label et de la propriété intellectuelle reste identique à celles des AOC. Les appellations de vin en Suisse, qui relèvent d'une ordonnance fédérale qui leur est propre et de dispositions cantonales, conservent quant à elles, et pour l'instant, la terminologie d'appellation d'origine contrôlée (AOC).

Les AOC et les IGP, qui accordent la propriété intellectuelle à l'usage d'une dénomination géographique, sont une invention historique du Vieux Continent, plus particulièrement de la France (Boisseaux, 2012). Ces appellations sont vivement contestées pour leur caractère d'entrave au commerce par les acteurs favorables à des échanges libéralisés (Sylvander *et al.*, 2006), issus notamment du Nouveau Monde. Dans cette configuration, l'usage de la mention des cépages, dont les noms relèvent du domaine public et ne peuvent faire l'objet d'un droit de propriété intellectuelle, est aussi préféré et promu par les nouveaux pays producteurs (Howland, 2014b). En outre, l'avantage par la différenciation recherché par l'attribution d'un label d'origine vise fréquemment à compenser le désavantage comparatif d'un prix plus élevé. Pour les acteurs porteurs de savoir-faire et de pratiques locales spécifiques, communément associés aux biens patrimoniaux, les coûts de production ne peuvent, en effet, être réduits que difficilement (et certainement pas par des économies d'échelle), et l'obtention d'un prix suffisant n'est pas chose aisée (Coelho & Rastoin, 2001 ; Pecqueur, 2006 ; Ruffieux & Valceschini, 1996). Inclure le Nouveau Monde dans le raisonnement et ouvrir l'analyse à des cas qui en sont issus permet de couvrir les deux pôles des logiques du vin, qui renvoient chacun à une certaine expression de la globalisation, de la patrimonialisation et de l'utilisation de labels d'origine. L'objet d'étude offert par la vigne et le vin en Suisse s'inscrit quant à lui pleinement dans les tensions que suscite le croisement de la dynamique de libéralisation croissante des échanges avec celle de la construction et de la mise en valeur d'un patrimoine ou de produits à forte dimension régionale ou locale.

1.5 LES LABELS AU CROISEMENT D'ENJEUX SYMBOLIQUES ET GUSTATIFS

L'aspect culturel et identitaire que revêt la viticulture en Europe⁶ est particulièrement saillant, comme le montre l'ampleur des débats aussi bien politiques qu'académiques suscités par la mise en valeur des produits dits «de terroir» (entre autres: Barham, 2011; Bérard & Marchenay, 2004; Boisseaux & Leresche, 2002; Jullien & Smith, 2004; Smith *et al.*, 2007; Sylvander *et al.*, 2006). De cette littérature se dégagent deux enjeux, qui correspondent selon nous aux deux faces de la même médaille. Premièrement, la viticulture dans sa forme actuelle peut tout à fait engendrer des produits agroalimentaires de masse et standardisés (Jennar, 2007; Nossiter, 2007). Les évolutions technologiques dans le domaine viticole et dans celui de l'œnologie (savoir-faire en chimie et en biologie) permettent de réaliser des vins fins à une échelle industrielle, tout en maîtrisant dans le détail les aspects organoleptiques (goût). En revanche, et deuxièmement, la production de vin dit de qualité ne peut se passer de références symboliques ou culturelles distinctives pour sa

⁶ La Suisse est systématiquement incluse lorsqu'il est fait référence à la viticulture européenne.

commercialisation, pas plus que les producteurs ne sont coupés des dimensions sociales qui structurent leurs pratiques. Surtout, l'aspect symbolique ou identitaire se manifeste de façon tout à fait tangible, au-delà du vin lui-même, dans le territoire qui voit la vigne pousser et dont le paysage est structuré par son activité : vignobles en terrasses, murs en pierres sèches, cultures en rangs, en lyre, en gobelet, en guyots ou en pergolas, mosaïque des surfaces cultivées, etc., sont autant d'éléments qui constituent des marqueurs identitaires (de Fossey, 2004 ; ICOMOS, 2005 ; INAO, 2006). Or, la tension qui lie les aspects symboliques et industriels est à l'origine de multiples rivalités.

La France a fourni de nombreux objets d'étude à des chercheurs ayant mis en évidence la dimension identitaire et symbolique qui anime le monde viticole et, surtout, la dynamique souvent conflictuelle par laquelle cette dimension est construite (ainsi Laferté, 2002, 2003), entretenue, mobilisée (Ditter & Brouard, 2012) et défendue par les acteurs dans l'élaboration des politiques publiques qui y sont relatives (par exemple, Hinnewinkel & Le Gars, 2002). Porteurs d'une multitude d'enjeux commerciaux et symboliques liés aux spécificités d'un produit, les labels AOC, ancrés dans la législation française depuis les années 1930, sont de puissants révélateurs des rivalités qui découlent de ces différentes dimensions et des intérêts divergents portés par les acteurs (Chiffolleau, 1998 ; Genieys, 1998 ; Touzard & Laporte, 1998). Ces rivalités se déploient entre différents groupements d'acteurs (régionaux ou professionnels) et se fixent sur de multiples niveaux institutionnels en Europe (Smith *et al.*, 2007 ; Roger, 2010).

En Suisse, la composante culturelle et identitaire de la viticulture est également particulièrement saillante. C'est cette composante qui l'inscrit de plain-pied dans les questions liées à la mise en valeur des patrimoines. Si ce n'est que depuis le II^e siècle que l'on peut réellement parler de production viticole, en Valais notamment (Zufferey-Périsset, 2009, p. 20-25), il est vrai que la présence de la culture de la vigne en Suisse est antérieure à la présence des légions romaines et remonte au IV^e siècle av. J.-C. L'inscription en 2007 du paysage de vignes en terrasses du Lavaux au patrimoine mondial de l'Unesco témoigne également de cette dimension culturelle. En outre, la pratique de la viticulture s'appuie sur des spécificités historiques et culturelles propres à chaque canton.

Enfin, les évolutions technologiques et en termes de santé publique récentes (normes sanitaires, consommation d'alcool) ont parfois renforcé la standardisation des processus de production et des produits. Ce faisant, elles ont souligné l'importance à la fois de l'enjeu gustatif et des liens qu'entretient le goût du vin avec les aspects culturels et symboliques liés à sa production (industrielle ou artisanale) et de son rôle dans la différenciation des vins (Bowen & De Master, 2011 ; Nossiter, 2007 ; Ruffieux & Valceschini, 1996 ; Smith *et al.*, 2007 ; Jennar, 2007). Les acteurs industriels de la vitiviculture investissent des ressources significatives dans la maîtrise de ces aspects sensoriels (Laesslé, 2016).

En outre, les aspects sensoriels – ou plus exactement les mécanismes de la perception par le palais humain – ont partie liée avec les aspects symboliques d'un vin, tels qu'ils peuvent être véhiculés par une AOC ou, plus simplement, par le prix de la bouteille. Ainsi, Siegrist & Cousin (2009) ont documenté et mis en évidence l'effet des anticipations, issues d'informations positives ou négatives au sujet du vin dégusté, sur l'évaluation d'un vin à la dégustation. Une revue de la littérature de psychologie et en neurosciences portant sur celle-ci montre, en outre, que dans la majorité des études l'évaluation du goût et des arômes à la dégustation va dans le sens du message auquel est exposé le dégustateur (on parle alors « d'assimilation ») : le message est positif lorsque le prix est élevé, ou lorsque l'origine de production bénéficie d'une réputation favorable (Okamoto & Dan, 2013).

L'évolution des référentiels gustatifs dominants est, quant à elle, inscrite dans les revues spécialisées et dans la critique du vin et incarnée par les critiques eux-mêmes, qui exercent un pouvoir très structurant sur le champ des goûts – et donc des pratiques et des modes de production – légitimes (Nossiter, 2007).

1.6 QUESTIONNER L'ORGANISATION INSTITUTIONNELLE DES ACTEURS DU VIN

L'enchevêtrement de ces dynamiques, propres au monde du vin, au secteur agricole ou à l'économie politique plus généralement, conduit à questionner l'effet exercé par la mise en concurrence croissante des territoires – concrétisée par des réformes de politiques publiques – sur les conditions de production et sur les modalités de distribution des multiples valeurs (économique, mais aussi symbolique, culturelle et gustative) que produit la vitiviniculture. Quelles sont les modalités d'organisation institutionnelles locales que les acteurs adoptent dans le jeu de la mise en concurrence des territoires? Autour de quels enjeux se construisent des ressources communes (et essentiellement immatérielles) telles que des appellations de vin? Quelles sont les stratégies adoptées par les acteurs impliqués et quels sont leurs moyens d'action?

En Suisse, où la viticulture est confrontée à une baisse globale de la consommation de vin par habitant depuis les années 1980 (M.I.S Trend, 2008), ces questions ouvertes sont d'autant plus intéressantes. Après une crise d'excédents à la suite du millésime 1983, le secteur s'est engagé dans un lent processus de réorganisation qui a abouti à la mise en œuvre d'AOC viticoles en 1991. Ce nouvel instrument (Lascoumes & Le Galès, 2004) de la politique viticole modifie singulièrement la dimension commerciale de la production viticole dans la mesure où la différenciation que procure l'usage d'une appellation est désormais liée non seulement à des critères qualitatifs, mais aussi à des limites quantitatives (quotas de production). Dès son introduction, l'instrument des AOC viticoles a fait l'objet de luttes intenses entre acteurs régionaux (cantons *vs* Confédération) et sectoriels au sein de la filière, portant

sur le contrôle de sa définition et sur les modalités précises de son application. Finalement, les cantons, jusqu'à présent compétents en la matière, ont adopté des conceptions différentes des AOC, dans le cadre général imposé par la Confédération. Cette diversité se traduit par une multitude d'arrangements institutionnels locaux, auxquels sont adossées les appellations de vin en Suisse. Cette diversité peut poser de sérieux problèmes aux consommateurs souhaitant savoir à quoi correspond exactement l'appellation portée sur une étiquette (AOC, cru, Grand cru, 1^{er} Grand cru, etc.).

Une telle diversité soulève la question des types d'arrangements adoptés par les acteurs locaux pour mettre en œuvre la politique viticole. Quels sont les déterminants des stratégies adoptées? Observe-t-on des régularités? Les mêmes questions sont tout aussi pertinentes dans des cas étrangers à la Suisse ou, plus précisément, étrangers au modèle européen ou français des AOC, là où des appellations de vins émergent dans un contexte politique et juridique hostile au protectionnisme des AOC, par exemple dans le Nouveau Monde (Couderc *et al.*, 2007).

En Suisse, on peut observer que l'organisation des acteurs se fait autour et au-delà des instruments et des objectifs de la politique vitivinicole. Notamment au travers d'arrangements institutionnels centrés parfois sur des points gustatifs et symboliques, parfois sur des aspects fonciers, qui peuvent mener, à dessein, à l'exclusion de certains acteurs. Concrètement, cela se traduit par des accords locaux (plus ou moins formels, mais robustes) entre acteurs, portant sur le choix des parcelles et des cépages, la façon de cultiver et de vinifier pour obtenir un goût spécifique et distinct, les outils (marque, label, etc.) pour la promotion de la désignation du vin, le choix des distributeurs ou encore la forme de la bouteille ou son prix de vente (Laesslé, 2015a).

Dans cette optique, les nombreux travaux portant sur la mise en valeur des produits agricoles et des territoires, (Faure, 1998, 1999; Berard & Marchenay, 2004; Pecqueur & Lajarge, 2012) ou, plus spécifiquement, sur la question des labels de qualité ou d'origine et de la propriété intellectuelle sur les produits agroalimentaires (Barjolle & Chappuis, 2000; Barham, 2003; Perrier-Cornet & Sylvander, 2000; Tinlot, 2007) mettent tous en évidence l'enjeu que représente la distribution de la valeur entre les acteurs impliqués. Certains mettent l'accent sur la valeur économique (Martin, 2007), d'autres sur une diversité de valeurs, notamment culturelles et symboliques (Barham, 2002) ou encore gustatives (Nossiter, 2007).

La littérature ne s'accorde pas, en outre, sur le rôle joué par les labels dans les deux principales dynamiques évoquées plus haut, à savoir l'expansion du marché et la dynamique de patrimonialisation. Certains défendent l'idée selon laquelle ces labels et la patrimonialisation procèdent d'une forme de résistance à la globalisation et à l'expansion de la logique de marché (Barham, 2002, 2003; Boisseaux & Leresche, 2002). D'autres indiquent, au contraire, que les labels prolongent justement le marché là où il n'avait pas de prise auparavant (Guthman, 2007).

Enfin, ici ou là et indépendamment de leur ambition et de leurs valeurs « marchandes » ou « patrimoniales », les acteurs du vin ne sont jamais en état d'apesanteur institutionnelle. Leur pratique découle d'une certaine histoire institutionnelle, et ils n'ont de cesse, en retour, de chercher à influencer sur les contraintes institutionnelles (Knoepfel *et al.*, 2006). Les enjeux liés au goût du vin, à ses implications symboliques, ainsi que les dynamiques très locales dans le « travail » des acteurs sur les institutions ne sont jamais articulés ni traités simultanément par la recherche, alors même que la littérature montre – séparément – qu'ils sont centraux dans le contexte de l'ouverture et de l'expansion des marchés vitivinicoles.

1.7 APPORTS ET ORIGINALITÉ DE CET OUVRAGE

Le présent ouvrage se propose de construire une lecture des appellations de vin inédite et innovante, en développant la notion de ressource commune. Cette approche a pour but de faire comprendre la problématique qui se forme au croisement des multiples dynamiques la composant (globalisation, patrimonialisation et labellisation), sous l'angle de l'organisation institutionnelle des acteurs. Si la littérature fait le tour des enjeux qui surgissent de la rencontre de ces dynamiques, les réponses restent souvent ponctuelles et divergentes face aux questions que ces mêmes enjeux soulèvent en termes de création d'une diversité de valeurs.

L'analyse en termes de ressource défendue ici permet de tenir compte des enseignements des deux principaux axes formés par les travaux de recherche (valorisation des produits agricoles et des territoires d'une part, labels et propriété intellectuelle sur les produits agroalimentaires d'autre part) en y liant un troisième, issu de l'analyse des politiques publiques, qui leur apporte une plus-value explicative. L'approche des *régimes institutionnels de ressource* (RIR) (Gerber *et al.*, 2009), qui n'a jamais été exploitée pour traiter du domaine vitivinicole, apporte des outils conceptuels décisifs pour combler les lacunes des travaux mentionnés plus haut. Elle offre notamment une analyse explicative systématique et détaillée du lien (causal) entre acteurs et institutions dans le processus de construction et d'exploitation de ressources communes. C'est cette démarche qui sera mise à profit dans le cas des appellations viticoles.

L'approche conceptuelle des RIR permet de se concentrer sur les modalités institutionnelles de résolution des rivalités entre acteurs, porteurs d'attentes divergentes quant aux valeurs que l'appellation viticole dans laquelle ils sont impliqués devrait produire. Cependant, l'apport conceptuel des RIR requiert une adaptation significative pour intégrer de façon pertinente les enseignements de la littérature propre à l'objet.

Nous proposons de mettre l'accent sur la créativité et l'innovation institutionnelle (collective) dont font preuve les acteurs (essentiellement des producteurs impliqués dans des appellations) dans le contexte de l'expansion

d'un marché globalisé. Porter ainsi l'accent sur cette innovation institutionnelle, en utilisant les outils des RIR, doit permettre de dépasser l'analyse *mainstream* qui considère trop souvent que le principe du rapport de force entre les acteurs de la filière vitivinicole découle uniquement de « *la question de la formation et de la répartition de la valeur économique* » entre ceux-ci (Martin, 2007, p. 21). Une littérature plus large indique en effet que cette dernière assertion est inexacte. Il est en revanche essentiel de considérer avec autant d'intérêt les enjeux liés à d'autres formes de valeurs, en l'occurrence des valeurs sensorielles (goût) et symboliques (sociales, culturelles et identitaires), distinctes de la plus-value économique.

Cet apport au cadre des RIR et à la conceptualisation de la notion de ressource commune permettra d'atteindre notre premier objectif (conceptuel), tel qu'il est formulé plus haut. L'application de ce cadre conceptuel, par le travail empirique, à des terrains concrets en Suisse, puis en Nouvelle-Zélande, doit quant à elle permettre d'atteindre le second objectif (empirique) de cette recherche.

Le cadre conceptuel en termes de ressource proposé ici postule que la ressource commune en question (une appellation de vin) est le résultat de l'interaction complexe entre trois constituants que sont les infrastructures, les savoir-faire de production et les dispositions de réception des consommateurs. La ressource permet la création, par le biais de la différenciation du produit sur le marché, de trois types de valeurs, opérationnalisées sous des formes économiques, symboliques et sensorielles. Les acteurs sont en rivalité pour prélever ces valeurs, certains y ayant accès, d'autres en étant exclus. L'interaction au fondement de la ressource ainsi que la distribution des valeurs sont concrétisées au niveau institutionnel local par un arrangement régulateur. Celui-ci est composé de règles formelles et informelles que les acteurs s'efforcent de façonner, afin que la distribution des valeurs corresponde à leurs attentes, potentiellement concurrentes. Concrètement, certains aspirent à produire un vin facile à boire et à vendre en masse, d'autres souhaitent suivre une vinification naturelle, d'autres encore tiennent avant tout à leur indépendance et à la liberté de produire un vin complexe, par exemple. C'est sur ces combinaisons de valeurs que se construit l'action collective et que se forment des arrangements institutionnels qui vont donner son goût au vin d'une certaine appellation.

1.8 QUESTIONS DE RECHERCHE

Cette problématique conduit dès lors à formuler trois questions de recherche.

La première traduit principalement le second objectif (empirique) de notre étude. Elle souligne l'intérêt particulier qui est porté aux acteurs de la vitiviniculture, à leurs stratégies et aux formes d'action collective qu'ils adoptent. Elle rappelle, en outre, que la focale se fixe sur les enjeux institutionnels

(politiques publiques et régulation plus généralement) et renvoie ainsi à l'articulation de la relation entre acteurs et institutions :

Q 1) Comment les acteurs locaux de la vitiviniculture se sont-ils adaptés et prennent-ils part à la libéralisation et à la globalisation du marché du vin ? Comment se saisissent-ils de la régulation existante ?

La seconde question de recherche renvoie quant à elle au second objectif (conceptuel). D'ordre analytique, elle nous permet de lier le questionnement empirique aux outils conceptuels développés dans cet ouvrage :

Q 2) Comment expliquer la formation des valeurs issues d'un vin et leur distribution entre les acteurs impliqués dans la filière ?

Enfin, la troisième et dernière question de recherche est celle qui doit permettre d'ouvrir notre questionnement et les développements conceptuels au-delà du contexte sur lequel ils se sont initialement construits. Elle correspond à la troisième partie de ce travail qui confronte la démarche d'analyse à un terrain du Nouveau Monde. Les réponses apportées à cette dernière question permettront de mettre en perspective les résultats obtenus en Suisse et de favoriser la montée en généralité des enseignements et des typologies qui se dégageront des réponses apportées aux deux premières questions.

Q 3) L'existence d'un dispositif AOC (en Suisse) conduit-elle à des arrangements institutionnels différents de ceux qu'on observe en son absence (dans le Nouveau Monde) ? Si oui, quelle est la nature de ces différences : s'agit-il d'un antagonisme marqué, comme le suggère l'opposition entre un Nouveau Monde «des marques, des cépages et industriel» et un Vieux Continent «des AOC, des terroirs» ou plutôt, au contraire, d'un *continuum* ?

Répondre à l'ensemble de ces questions permettra, d'une part, d'apporter des enseignements pour la compréhension des logiques et des enjeux de construction et d'exploitation de ressources communes (éventuellement non naturelles) et, d'autre part, de proposer des recommandations aux acteurs publics impliqués dans la définition et dans la mise en œuvre de la politique vitivinicole en Suisse.

Pour tenter de répondre aux questions qu'il se propose d'aborder, l'ouvrage a été structuré en quatre parties. La **première partie**, ouverte par le présent chapitre 1, se poursuit par une présentation des aspects théoriques et conceptuels. Le chapitre 2 dresse ainsi l'état de la recherche concernant deux domaines principaux où s'inscrivent les enjeux soulevés par la problématique, à savoir les enjeux du territoire et ceux du patrimoine, d'une part, et les enjeux des labels, de la propriété intellectuelle et de la valeur, d'autre part. Il présente également

l'approche des RIR avec laquelle il est proposé d'articuler les enseignements de la littérature. Le cadre conceptuel qui découle de cette articulation est développé dans le chapitre 3. Il définit la ressource, les valeurs symboliques, sensorielles et économiques qu'elle produit, opérationnalise le concept d'arrangement de régulation localisé (ARL) et se conclut par les postulats et les hypothèses de la recherche. Le chapitre 4, qui conclut la première partie, présente le *design* et la méthode de recherche.

La **deuxième partie** de l'ouvrage est consacrée au volet empirique de la recherche. Le chapitre 5 expose les principales caractéristiques du régime du vin ayant précédé, en Suisse, l'apparition des AOC dans la législation fédérale et l'ouverture du marché du vin. Le chapitre 6 détaille la logique du régime correspondant qui lui a succédé en 1992. Les six chapitres suivants présentent le contexte du canton de Vaud (chapitre 7) et du Valais (chapitre 10) et les analyses qui découlent des deux études de cas menées dans chacun des deux cantons (respectivement chapitres 8 et 9 et chapitres 11 et 12).

La **troisième partie** est dédiée exclusivement à la Nouvelle-Zélande et permet l'application empirique de notre recherche à un terrain du Nouveau Monde. Le chapitre 13 explicite le choix de la Nouvelle-Zélande comme terrain d'étude et expose le contexte du pays, alors que le chapitre 14 revient sur l'opposition entre le Vieux Continent et le Nouveau Monde. Le chapitre 15 présente, sous un angle historique, la façon dont les valeurs du vin ont évolué dans ce pays qui a failli prohiber la consommation d'alcool. Les chapitres 16 et 17 exposent l'ancien régime du vin néo-zélandais (1873-2002) et ses traits actuels (depuis 2002). Les acteurs et les principales rivalités sont présentés au chapitre 18. Le chapitre 19 propose d'analyser l'organisation de la filière au niveau national en utilisant le concept d'arrangement de régulation localisé. Ce détour, imposé par les caractéristiques de la filière en Nouvelle-Zélande, ne constitue pas une étude de cas mais apporte des explications essentielles aux deux études de cas. Celles-ci portent sur deux régions de l'île du sud : la principale région de production du pays, le Marlborough, est présentée au chapitre 20, alors que le chapitre 21 est consacré à l'analyse de Central Otago, une appellation plus modeste et au succès récent. Le chapitre 22 propose une conclusion intermédiaire à cette troisième partie.

Dans la **quatrième et dernière partie**, le chapitre 23 revient de manière synthétique sur l'ensemble des résultats de la recherche et propose une discussion transversale des résultats par une comparaison croisée de l'ensemble des cas, afin de formuler des enseignements généraux. Ce travail de montée en généralité est approfondi dans la réponse aux hypothèses de cet ouvrage (chapitre 24). Le chapitre 25, enfin, propose une discussion conclusive qui revient sur les apports et les limites de l'étude, propose des pistes de réflexion et de recherche futures et se prête au jeu des recommandations.

CHAPITRE 2

ÉTAT DE LA RECHERCHE

La revue de la littérature présentée ici poursuit un double objectif. Elle vise, premièrement, à structurer les éléments nécessaires à la construction du cadre conceptuel proposé, c'est-à-dire les apports qui permettront de compléter l'approche par les régimes institutionnels de ressource (RIR), afin de pouvoir mobiliser celle-ci de façon pertinente pour l'analyse des appellations viticoles. Deuxièmement, elle a pour but de tracer les pistes des réponses partielles que l'on peut déjà apporter aux questions de recherche de ce travail.

Le choix a été fait de structurer cet état de la recherche en trois parties, avant de présenter le cadre conceptuel qu'il permet de façonner¹. La première partie regroupe les travaux dont on considère que la caractéristique commune tient à l'accent qu'ils mettent sur la question du territoire et du patrimoine considérés comme ressources. C'est essentiellement dans ces études que l'on retrouve les enjeux de la dynamique de patrimonialisation évoquée plus haut. La seconde partie discute, quant à elle, les travaux regroupés sous la thématique plus spécifique des labels, de la propriété intellectuelle et de la question de la valeur. Bien entendu, ces deux axes de recherche se recoupent parfois, et certains de ces travaux peuvent légitimement figurer dans l'une et l'autre catégorie. Toutefois, en choisissant de les présenter à travers le prisme de cette catégorisation, on espère poser les premiers jalons d'une démarche explicative, en « réduisant » le foisonnement des enseignements de la littérature à deux champs thématiques. Cette distinction en deux axes rend, selon nous, plus perceptible l'intérêt d'articuler cette littérature avec les outils conceptuels du RIR. Ces derniers font quant à eux l'objet d'une troisième et dernière partie.

Avant d'entrer dans les détails de cet état de la recherche, il est important de rappeler que le paradigme plus général dans lequel s'inscrit la majorité de

¹ Nous avons présenté cette littérature, dans un ordre légèrement différent, dans une publication antérieure (Laesslé, 2012). Les développements de ce chapitre, retravaillés, en sont très largement issus, mais sans que des renvois systématiques alourdissent le texte.

la littérature mobilisée et, partant, l'approche proposée, est bien celui de «l'invention de la tradition», dont Eric Hobsbawm et Terence Ranger ont jeté les bases il y a trente ans déjà (Hobsbawm & Ranger, 1983). Or, comme le souligne Dimitrijevic (2004), l'intérêt d'un retour à ce paradigme consiste à mettre en évidence, dans les nouvelles échelles et configurations sociales dominées par la globalisation, «*l'apparition d'un nouveau pouvoir qui cherche à imposer sa légitimité et son ordre*» (Dimitrijevic, 2004, p. 10). C'est donc bien de pouvoir dont il s'agit lorsque l'on adresse la question des conflits d'usage et de valeurs et, en l'occurrence, de pouvoir sur la formation et sur la distribution des fruits tirés d'une ressource. À ce titre, et avant d'entrer en détail dans la présentation de la littérature, il est nécessaire d'apporter quelques rapides précisions épistémologiques.

2.1 PRÉCISIONS ÉPISTÉMOLOGIQUES : RESSOURCE, ACTEUR, INSTITUTION

L'utilisation faite ici de la notion de ressource s'inscrit dans une perspective constructiviste. Une telle optique consiste à rendre compte de l'émergence d'une ressource – qui n'est pas un donné, mais bien davantage l'expression d'une potentialité – et de son exploitation par une mise en problématique sous un angle social, politique et institutionnel. Cela implique que la ressource évolue selon les priorités, les définitions et les rapports de forces politiques qui lui sont contemporains. En outre, dans la mesure où le terme même de ressource est un outil conceptuel, ses contours, sa définition et son opérationnalisation sont le produit d'un travail de construction analytique de l'objet d'étude (*i. e.* une appellation de vin en tant que ressource). Par conséquent, le lecteur ne doit pas s'attendre à ce que les acteurs pris en considération dans l'analyse de terrain adoptent tous une même perspective vis-à-vis de la vigne et du vin. L'objet d'étude sous forme de ressource ne se donne pas de lui-même aux acteurs engagés dans sa production, son exploitation ou sa régulation, pas plus qu'il ne s'offre spontanément au chercheur. De façon analogue, le concept de classe sociale ou de capital culturel ne s'offre pas spontanément à des ouvriers du bâtiment, à des enseignants du secondaire ou à un chercheur qui tâche de rendre compte de l'éventuelle mobilisation collective des uns ou des autres.

Ainsi, les mesures de régulation de la viticulture prises par les pouvoirs publics suisses durant les années 1980 (Laesslé, 2014) n'étaient, selon les motivations des régulateurs, en rien destinées à protéger une ressource nationale ou cantonale et, encore moins, à valoriser une ressource patrimoniale. Il s'agissait avant tout de moyens visant la régulation économique d'un sous-secteur de l'agriculture.

Le raisonnement est similaire en ce qui concerne le concept de patrimoine. Il ne s'agit pas d'un donné, mais d'un concept qui relève d'un processus de construction de la tradition (Hobsbawm & Ranger, 1983). C'est le produit d'un certain agencement social non figé, qui fait l'objet de luttes autour

de sa reconnaissance et de sa définition. Dans cette ligne, nous souscrivons pleinement à la formule proposée par des anthropologues pour souligner la rupture épistémologique: «[...] *Le patrimoine est un concept d'ordre politique, et non scientifique, qui sert à justifier des interventions dans l'ordre social, et non à produire une description de celui-ci*» (Hertz & Gonseth, 2008, p. 38).

Seuls quelques acteurs, par exemple des vigneron-encaveurs, considèrent que le monde de la viticulture, du moins sous la forme au travers de laquelle ils le vivent ou le font vivre, constitue un patrimoine (ou patrimoine commun, c'est-à-dire distinct de la définition sémantique renvoyant à un patrimoine économique et monétaire accumulé et transmis dans la famille). Si l'on se penche sur ce concept, c'est avant tout parce qu'il est utile pour rendre compte de l'évolution plus récente de la ressource. Même si les préoccupations d'ordre strictement économiques restent encore, probablement, dominantes dans les institutions qui structurent l'exploitation des appellations viticoles, des traits que l'on peut considérer comme patrimoniaux contribuent désormais à leur développement. En outre, les tensions dont la littérature sur le patrimoine rend compte, notamment dans l'étude des produits agroalimentaires, peuvent être tout aussi structurantes pour le monde vitivinicole suisse et son évolution. Enfin et surtout, les apports de la littérature sur le patrimoine permettent de développer et d'opérationnaliser de façon plus fine le concept de ressource, qui constitue la clé de voûte de notre analyse.

En ce qui concerne les notions d'acteur et d'institution, nous nous plaçons dans une perspective néo-institutionnaliste (Hall & Taylor, 1997) qui considère que la relation entre les acteurs et les institutions est réciproque. En suivant Knoepfel *et al.* (2006), nous partons du principe que les institutions structurent le comportement des acteurs, dans la mesure où ces derniers sont «incrustés» ou «empêtrés» dans les règles institutionnelles formelles et informelles (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 100-101). Cette incrustation fait écho au constat «d'encastrement» (Polanyi, 2004 [1944]) des productions agricoles. Mayntz et Scharpf (2001) précisent que le courant néo-institutionnaliste dans lequel ils s'inscrivent, considère les institutions «[...] *comme des variables pouvant être dépendantes aussi bien qu'indépendantes, et ne leur attribue pas d'effet déterminant. Au contraire, les facteurs institutionnels constituent bien plus un contexte de l'action, stimulant, potentialisant ou limitant*» (Mayntz & Scharpf, 2001, p. 100).

Nous adoptons, de plus, une conception «politiquement forte» de la notion d'institution, qui accorde autant de place aux règles informelles que formelles, suivant en cela Storper :

« [Institutions] *are implicated in social struggle, and circuits of property, privilege and power. Institutions are thus more than simply constraints, and should be seen as "[...] persistent and connected sets of rules, formal and informal, that prescribe behavioural roles, constraint activity and shape expectations".* » (Storper, 1997, cité dans Lewis *et al.*, 2002, p. 435).

Dans cette logique, les règles institutionnelles sont autant des contraintes que des opportunités d'action pour les acteurs qui y sont soumis et respectivement qui s'en saisissent :

« [...] *Les règles institutionnelles représentent parfois des contraintes, parfois des opportunités pour les acteurs des politiques publiques. Si certaines règles institutionnelles limitent directement leur marge de manœuvre, d'autres leur offrent au contraire de nouvelles possibilités de participer et d'influencer l'élaboration et/ou la mise en œuvre d'une politique publique déterminée.* » (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 111).

Les acteurs occupent ainsi une position charnière que l'on peut analyser et expliquer autant en considérant l'acteur (ou les groupes d'acteurs) comme source du changement – qui se traduit sous la forme de règles institutionnelles, par exemple par le biais d'une politique publique – que comme récepteur de l'effet des institutions.

Toutefois, nous adoptons ici une position plus nuancée, qui accorde davantage de place à la perspective d'un néo-institutionnalisme dit historique (Hall & Taylor, 1997, p. 470-475) qui considère que si les acteurs peuvent exploiter certaines règles institutionnelles de façon stratégique afin de défendre leurs intérêts, ces mêmes règles affectent les préférences et l'identité des acteurs (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 102). Nous considérons, dans cette étude, que les règles institutionnelles peuvent autant revêtir un caractère formel qu'informel, dépassant le cadre de la norme juridique, et témoignent avant tout des relations de pouvoir existant entre les acteurs. En ce sens, nous rejetons la posture de l'école du *public choice* qui considère les acteurs comme purement utilitaristes, doués d'une rationalité les amenant à systématiquement adopter un comportement stratégique pour maximiser leurs intérêts. En outre, notre objet d'étude va conduire à souligner le caractère évolutif des institutions, ce qui implique, en suivant Steinmo, de replacer ces dernières dans un contexte socio-économique plus large : « [...] *domestic political institutions operate within – and must be understood in the context of – the broader social, economic and political setting in which they are embedded* » (Steinmo, 1993, p. 12).

Nous pensons dès lors que l'effet des institutions – outre celui à plus court terme et plus ou moins efficace des politiques publiques sur le comportement des acteurs – s'exerce par la socialisation des acteurs (Berger & Luckmann, 1996). Sans prolonger davantage cette discussion, il convient de préciser que nous retenons ainsi une perspective qui accorde une place importante au sens pratique des acteurs, et qui reconnaît l'inscription dans le corps, par la socialisation, de certaines logiques pratiques et d'une vision du monde, donc d'éléments d'identités, dont les dispositions gustatives face à certains produits – en l'occurrence le vin – constituent un des aspects. Cette inscription de logiques pratiques dans le corps, par le biais de l'habitus, renvoie également aux savoir-faire déployés par les producteurs d'un certain produit. En

empruntant aux enseignements des travaux de Bourdieu sur la construction et l'effet structurant des pratiques comme principe de vision du monde et d'action (Bourdieu, 1980a), nous nous plaçons à contre-courant des explications de type cognitivistes (Powel et DiMaggio, 1991, cité par Hall *et al.*, 1997; Jobert & Muller, 1987; Muller, 2000).

Pour notre objet d'étude, considérer que les dispositions des acteurs sont ancrées dans le corps prolonge le constat selon lequel les acteurs sont « empêtrés » dans les institutions. Cette posture (analytique) permet à notre sens de mettre en évidence de manière pertinente les enjeux, renvoyant au goût des produits, à l'identité des acteurs et à leurs savoirs pratiques.

2.2 LE TERRITOIRE ET LE PATRIMOINE COMME RESSOURCE

C'est la notion de territoire qui constitue l'une des principales portes d'entrée à l'analyse des formes de mise en valeur des productions agricoles et, tout particulièrement, du vin (Castellano & Khelladi, 2015; Ditter & Brouard, 2012). Le territoire y est souvent mobilisé sous l'angle du développement local, avec notamment les travaux qui documentent les « milieux innovateurs » (Camagni *et al.*, 2004; Maillfert *et al.*, 2010; Pecqueur & Zimmermann, 2004)². Dans cette optique, des auteurs étudient spécifiquement le lien entre la labellisation de produits AOC et le développement territorial (Boisseaux & Leresche, 2002; Pauss & Révion, 2010).

Le territoire y est appréhendé, dans des terminologies légèrement différentes, à travers ses dimensions de « *systèmes de production localisés* » ou de « *systèmes productifs locaux* » (François *et al.*, 2006). Ce concept s'appuie sur le fait que les territoires « *constituent les racines temporelles et spatiales à la base de processus locaux d'innovation et d'une forme concrète de développement endogène* » (François *et al.*, 2006, p. 684). Dans cette optique, le territoire ne doit en aucun cas être interprété uniquement sous son aspect spatial, mais bien en y intégrant ses aspects identitaires et sociaux :

« [Le territoire est un] *construit socioculturel (un système de valeur qui assure la régulation et l'intégration des comportements individuels) qui se maintient et se renouvelle au fil de l'histoire: [...] nous sommes face à une dynamique d'accumulation collective de connaissance tant au niveau du savoir-faire que du savoir-être en commun.* » (François *et al.*, 2006, p. 684)

Pecqueur précise plus concrètement ce qu'implique la territorialité de la production dans le domaine agricole, qui peut permettre la formation d'une « *rente territoriale* » (Mollard, 2001), en développant le concept de « *système agroalimentaire localisé* » (SYAL). Pecqueur (2006, p. 21) souligne notamment plusieurs points que

² Plus généralement, voir également les travaux du GREMI (Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs), Institut de recherches économiques et régionales, Université de Neuchâtel.

l'on peut résumer de la façon suivante: 1) le rôle identitaire particulier des biens alimentaires; 2) la spécificité de la matière première, vivante et périssable; 3) le lien avec les caractéristiques du milieu, soit l'environnement naturel; 4) les savoir-faire et compétences mobilisés; 5) la forme complexe que peut revêtir le SYAL lorsque les territoires concernés produisent plusieurs biens et services.

Selon cette lecture, le territoire est principalement considéré pour son intérêt en tant que «*dispositif d'innovation*» (Pecqueur, 2006, p. 22-24), et il renvoie donc au potentiel d'innovation et à la créativité (organisationnelle notamment) des acteurs qui s'engagent dans des productions locales.

Outre sa nature parfois «innovante», une autre caractéristique de la production agricole locale est mise en évidence par ces travaux et nous intéresse tout particulièrement: il s'agit de sa capacité à se différencier. En étudiant la demande d'un produit agricole bénéficiant d'un label AOC (Pecqueur, 2001), et en suivant la grille de lecture des SYAL, Pecqueur propose le concept d'«*avantage différenciatif*», pour rendre compte des dynamiques territorialisées s'inscrivant dans la globalisation (Pecqueur, 2006, p. 25).

L'auteur soutient que dans le cadre de l'économie contemporaine, dans laquelle la concurrence par les coûts de production est particulièrement opérante, les producteurs qui se trouvent dans l'impossibilité de réduire leurs coûts, notamment pour des raisons inhérentes aux caractéristiques du produit ou à l'environnement de production, cherchent une solution alternative:

«[...] *La sortie du problème consiste à différencier le produit pour qu'il devienne "spécifique" et donc échappe à la concurrence. [...] Il s'agit là d'un processus de spécification qui existe par exemple dans les productions agroalimentaires avec le phénomène des AOC ou encore avec le tourisme et l'économie culturelle. [...] Nous faisons donc ici l'hypothèse que l'avantage comparatif, à l'aune de la globalisation, devient un "avantage" différenciatif.*» (Pecqueur, 2006, p. 26-27)

La logique consiste concrètement à opérer une montée en gamme pour justifier une augmentation du prix, puis à s'efforcer de contrôler l'offre afin de garantir la spécificité et la distinction du produit.

Dans la logique des systèmes productifs locaux, le territoire est dès lors appréhendé comme le résultat d'une construction par les acteurs, selon une dynamique identitaire, qui délimite ce qui est dans le territoire et ce qui est en dehors de celui-ci. C'est par ce processus de discrimination que le territoire devient une ressource et parvient à se distinguer, apportant une base à la différenciation des produits locaux. Pecqueur illustre ce caractère de «*ressource territoriale*» avec l'exemple des produits AOC:

«*Dans ce cas, un groupe de producteurs coordonnés avec des institutions locales produit un avantage compétitif fondé sur la qualité et la spécificité de la production en délimitant les contours géographiques du territoire. Au terme des négociations [...] les acteurs procèdent au mouvement de discrimination qui définit les bénéficiaires et les exclus de l'avantage.*» (Pecqueur, 2006, p. 28)

En traitant spécifiquement du cas du vin, Cohelo & Rastoin (2001) mobilisent la notion de «*spécificité des actifs*», tirée de l'économie institutionnelle (Williamson, 1985), pour rendre compte de la recherche de différenciation qu'opèrent les producteurs des pays européens. Celle-ci prend la forme d'une mise en valeur stratégique des spécificités liées au territoire de production (facteurs géographiques et humains) pour distinguer le produit face à des concurrents issus des nouveaux pays producteurs (Nouveau Monde), dont les coûts de production sont plus faibles et les produits axés sur des actifs plus génériques. En l'occurrence, le caractère générique des actifs est matérialisé par l'usage du nom des cépages (syrah, cabernet, merlot, etc.) pour différencier les vins (Coelho & Rastoin, 2001).

D'autres auteurs ont prolongé l'analyse constructiviste de la notion de ressource territoriale en la centrant spécifiquement sur la question de la mise en valeur du patrimoine (François *et al.*, 2006; Micoud, 2004). La perspective constructiviste sur le patrimoine et ses relations avec le territoire occupe en effet une place croissante dans la littérature depuis la contribution séminale de Di Méo (1995). Dans cette dernière, l'auteur synthétise et met en évidence de façon particulièrement riche le lien conceptuel entre patrimoine et territoire, dont le rapport de l'homme au paysage constitue un élément déterminant. Il souligne notamment le caractère de bien commun et collectif dont relève le patrimoine. Surtout, Di Méo porte l'accent sur le rapport que les deux notions de territoire et de patrimoine entretiennent avec la culture, l'identité spatiale et la mémoire dans un processus de (re)création volontaire qui est toujours en rapport avec des enjeux actuels et dont l'actualisation se fait autour d'éléments contemporains (Di Méo, 1995).

Une dizaine d'années plus tard, Micoud (2004) évoque une «*crise de la modernité*» liée à la mondialisation pour défendre l'idée selon laquelle le recours aux patrimoines dans les espaces ruraux ne relève pas d'un phénomène de mode. Selon lui, cette dynamique voit les territoires se constituer en espaces de pouvoir et d'identité, qui peuvent être articulés avec une échelle globale. Cette analyse fait écho à celle de la «*surmodernité*» développée dix ans plus tôt déjà par Marc Augé (1992). Cette dynamique aboutissant selon son analyse à la création de «*non-lieux*» (autoroutes, aéroports, grands centres commerciaux etc.), qu'il définit «*par opposition à la notion sociologique de lieu, associée par Mauss et toute une tradition ethnologique à celle de culture localisée dans le temps et dans l'espace*» (Augé, 1992, p. 48).

Micoud souligne quant à lui le caractère que nous qualifierions de «*bottom up*» de ces nouvelles dynamiques patrimoniales, multiples et diverses, qui les distinguent de la dynamique patrimoniale précédente, qui, en France, émanait essentiellement «*d'en haut*», c'est-à-dire du pouvoir central (Micoud, 2004, p. 16-17). Désormais, les logiques patrimoniales localisées, qui procèdent à une «*mise en collection de [...] restes*», articulent systématiquement le couple formé par les enjeux d'identité et le caractère de ressource de cette construction,

dont le dernier est notamment matérialisé par le tourisme (Micoud, 2004, p. 18). Chevallier, traitant des mêmes objets (fêtes, produits locaux), souligne la relance qui s'opère et qui caractérise le travail de connaissance et de reconnaissance d'objets qui peuvent être constitués en patrimoine par un processus « *d'invention du local* » (Chevallier, 2004, p. 276-282).

Deux conclusions peuvent être tirées de ces travaux. Premièrement, la question de la mise en valeur du patrimoine a partie liée avec les enjeux de la valorisation territoriale et des productions agricoles qui en proviennent. Deuxièmement, l'émergence même des objets « *patrimoine* » et « *territoire* » et, par conséquent, leur potentiel en termes de ressource, relève d'un processus collectif de construction. Or, un tel processus, par sa nature politique, suscite inévitablement des divergences et rivalités, renforcées par la construction de l'exclusion (Pecqueur, 2006).

C'est précisément en se concentrant sur ce point que François *et al.* (2006) proposent une déconstruction du phénomène de patrimonialisation qui alimente notre raisonnement. Les auteurs distinguent différentes étapes dans le processus d'identification et de mise en valeur des ressources territoriales et soulignent le caractère sélectif du patrimoine dans son rapport au temps et au lieu, qui se traduit par une appropriation et donc, en creux, une forme d'exclusion, autant fondée sur l'accès que sur le sens : « *L'appropriation est donc un enjeu fondamental du processus, quelle qu'en soit l'étape puisque la patrimonialisation suppose que l'on distingue ce qui fait sens pour les acteurs* ». Et de poursuivre en soulevant plusieurs questions essentielles : « *Plusieurs questions émergent spontanément. Qui sélectionne? Dans quels intérêts? Selon quels processus? [...] L'appropriation, en filigrane de la patrimonialisation, prend alors toute sa signification: de fait, les étapes de la patrimonialisation peuvent être sources d'accords collectifs tout comme de conflits.* » (François *et al.*, 2006, p. 692)

Les auteurs touchent ici selon nous au point le plus intéressant, en abordant les enjeux de sélection, d'exclusion et de valorisation. Ils soulignent notamment la confrontation des logiques de mise en marché avec celles touchant à l'identité, ces dernières étant au fondement de la construction patrimoniale, et soulignent le caractère problématique de tels arbitrages. En prenant l'exemple d'un fromage dont l'AOC a été obtenue grâce à l'engagement d'un agriculteur sans soutien communal et qui est désormais mis en avant dans l'offre culinaire de la station de sport d'hiver de son lieu d'origine, François *et al.* relèvent que « *[...] cette forme de mise en marché est en décalage avec la valorisation des savoir-faire, de l'histoire et de la culture locale recherchée par l'agriculteur. Elle contribue finalement à creuser le fossé entre deux formes de tourisme, les uns exploitant des ressources sans tenir compte de leur construction et les autres ayant le sentiment que leur initiative a été détournée.* » (François *et al.*, 2006, p. 695)

Toutefois, les auteurs ne développent malheureusement pas davantage quels sont les acteurs (ou groupe d'acteurs) qui poursuivent quelle logique (identitaire ou marchande par exemple) et, surtout, quels sont ceux qui parviennent à

imposer la leur, dans la mesure où aucun compromis satisfaisant pour tous ne parvient à émerger. À ce titre, il manque à leur démarche une opérationnalisation plus systématique. Une telle opérationnalisation impliquerait, en outre, d'identifier quelles sont les modalités institutionnelles qui consolident le rapport de force entre acteurs.

On peut relever la même limite à propos des travaux réalisés dans le champ des milieux innovateurs et qui se penchent plus spécifiquement sur la question de la durabilité dans les dynamiques patrimoniales, en utilisant le concept de « *ressources patrimoniales* » (Peyrache-Gadeau, 2010; Peyrache-Gadeau & Pecqueur, 2004). Ces derniers mettent clairement en évidence la construction de la ressource patrimoniale et soulèvent les divers usages qui en sont faits, parfois simultanément, pour mettre en question la nature plus ou moins durable de la ressource.

Ainsi, Gerber (2006) définit la durabilité du paysage comme un point d'équilibre à trouver, au sein d'une génération et d'une génération à l'autre, entre, d'une part, la non-intervention sur le paysage (dans une optique totalement constructiviste, où tout support physique est susceptible de « *devenir* » paysage) et, d'autre part, la préservation totale d'une certaine forme de paysage, confinant à la muséification :

« La durabilité du paysage n'est donc rien d'autre que la préservation intra- et intergénérationnelle de la dimension sensible ou symbolique de la relation de l'homme avec la nature par opposition à une relation qui ne serait dictée que par la réalité physique. [...] Ce qui importe, c'est que l'homme, par-delà les différences socio-économiques, culturelles ou générationnelles, puisse établir – et établisse – ce lien avec la nature. » (Gerber, 2006, p. 49)

Or, poser la question de la durabilité des ressources patrimoniales est, selon nous, doublement problématique dans une perspective constructiviste : premièrement, les auteurs n'adoptent pas non plus d'opérationnalisation précise de la question de la durabilité et esquivent la problématique en assimilant la durabilité au « *renouvellement* » de la ressource. Ils définissent celle-ci « *dans une perspective d'éco-développement, comme l'usage ou la gestion de la ressource en fonction du respect de son intégrité, en envisageant les possibilités de maintien de la ressource [...]* » (Peyrache-Gadeau, 2010, p. 244). Cette définition reste trop vague pour pouvoir être opérationnalisée sérieusement sur le terrain. Deuxièmement, la question même de la durabilité semble paradoxale dans la mesure où, si l'on considère que la ressource est le produit d'une dynamique de construction réactualisée en permanence (Chevalier, 2004) et qui opère, qui plus est, une sélection d'éléments issus du passé, il est conceptuellement incohérent de prétendre établir une référence permettant de qualifier de durable un certain état de la ressource, alors que celle-ci est précisément appelée à être redéfinie continuellement.

Durable à quelle échéance? À l'aune de quels critères si les usages et les valeurs (identité, culture, intérêts marchands, etc.) considérés comme légitimes

et qui font émerger une ressource patrimoniale relèvent précisément d'un arbitrage situé et daté? Ces questions restent sans réponse convaincante, ce qui nous amène à nous tenir à distance d'un questionnement en termes de durabilité (voir *infra* le troisième axe de la littérature).

Au-delà de ces limites, la discussion sur la durabilité qu'entreprend Peyrache-Gadeau (2010) met toutefois en lumière des éléments utiles à l'analyse des rivalités propre aux ressources territoriales. L'auteur souligne la relation potentiellement conflictuelle existant entre la forme de mise en valeur de la ressource territoriale et la durabilité de son développement, en opposant une valorisation marchande à une forme plus « intégrée » :

« Nous soutenons ainsi l'idée d'un lien étroit entre l'existence d'un milieu innovateur, un mode de valorisation des ressources et le type de durabilité du développement : durabilité faible (voire nulle) pour les situations où le milieu innovateur est à l'origine d'une logique de valorisation des ressources dans une perspective de profitabilité économique et où la question de la destruction, de la reproduction des ressources est peu (ou pas) prise en compte ; durabilité forte si le milieu innovateur est porteur d'une vision intégrée voire patrimoniale et où nécessairement la question de l'épuisement ou du renouvellement de la ressource détermine le mode de mise en valeur. » (Peyrache-Gadeau, 2010, p. 249-250)

Ainsi, la conflictualité des modes de valorisation ou d'exploitation de telles ressources met en jeu la capacité même de la ressource à produire de la valeur si l'arbitrage qui est retenu ne parvient pas à garantir le maintien des bases de sa construction, ou de son entretien. La question des rivalités n'est pourtant pas une dimension intuitive dans le cas du patrimoine, tant ce dernier est associé à la notion de bien commun. Ce faisant, il évoque avant tout une reconnaissance qui relève bien davantage du consensus, comme dans le cas de l'Unesco dont l'échelle de communauté est l'humanité en entier (Di Méo, 1995). Au contraire, Gravari-Barbas et Veschambre (2003) dévoilent les conflits qui sont au cœur de l'appropriation du patrimoine, qu'il s'agisse de sa définition, c'est-à-dire de la construction même de celui-ci ou de sa mise en valeur (Gravari-Barbas & Veschambre, 2003). Veschambre souligne, en outre, que la conflictualité est inhérente à la création de rareté associée à la mise en patrimoine et aux transferts de valeurs entre acteurs qui en découlent (Veschambre, 2007).

Au-delà du cercle très français de la littérature sur le territoire et le patrimoine, les auteurs anglo-saxons ont pour leur part déjà plus précisément souligné l'imbrication ambiguë dans le domaine du patrimoine (en s'inscrivant également dans une approche constructiviste de ce dernier) entre les logiques de sa valorisation économiques (par le tourisme notamment), identitaires et politiques et les conflits de sens qui le caractérisent (Chew, 2009 ; Loulanski, 2007).

Graham *et al.* (2002) ont à ce titre une conception intéressante de la durabilité – qu'ils mettent en relation avec les conflits de sens – que l'on

pourrait qualifier de fonctionnaliste. Ils reconnaissent d'emblée son caractère normatif, mais surtout soulignent la fonction de « conciliation » que revêt le concept lorsqu'il est mobilisé, c'est-à-dire d'outil pacificateur des rivalités :

« Sustainability is ultimately a normative idea, which involves the valuation of, and right over, resources – in this case the past – and thus clearly over how such resources should be used now and in the future. Preservation and development are the two dominating strategic ideas in managing heritage, and sustainable heritage development is an attempt at reconciling them rather than choosing between them. Although all resources, whether natural or human, are only activated by the demand for them, heritage resources in particular, as we argued, are especially capable of responding to demand and in that sense are particularly demand derived. » (Graham *et al.*, 2002, p. 152-153)

Graham *et al.* considèrent que c'est la logique de la durabilité qui permet de stabiliser les rivalités propres à la mise en patrimoine, mais Chew (2009) souligne le fort déséquilibre qui se manifeste généralement en faveur des ambitions purement commerciales dans le cadre d'une démarche de durabilité.

D'autres, enfin, posent plus simplement la question sous l'angle de la logique de marché à l'heure de la globalisation. ALSayyad (2001), plus particulièrement centré sur la question du tourisme, relève que la « consommation » de traditions constitue désormais une forme de demande culturelle, qui implique indissociablement une réelle production du patrimoine du côté de l'offre :

« [...] In this global era, the consumption of tradition as a form of cultural demand and the manufacture of heritage as a field of commercial supply are two sides of the same coin. And many countries are now actively inventing or re-creating their own heritage, and using tourist revenue to do so » (ALSayyad, 2001, p. 15).

Outre cette perspective générale sur l'offre et la demande de consommation culturelle, Mitchell met également l'accent sur les dynamiques propres à certains sites touristiques, où la conflictualité entre les préoccupations sociales et identitaires et celles purement marchandes est omniprésente (Mitchell, 2001, p. 212-239).

De l'ensemble de ces travaux, il apparaît clairement que la question des rivalités dans les processus de valorisation des produits d'un territoire et du patrimoine peut être schématisée comme se fixant principalement sur deux fronts : l'un renvoie à des valeurs marchandes et commerciales, l'autre à des valeurs identitaires, culturelles et symboliques. Ajoutons que ces deux fronts relèvent d'une même problématique plus générale que nous proposons de formuler dès maintenant comme suit : les rivalités liées à l'usage d'une ressource (plus ou moins) commune.

L'intérêt d'une recherche sur de tels objets consiste donc à mettre en lumière les modalités d'articulation entre ces fronts opposés et à identifier les groupes d'acteurs favorisés et ceux négativement affectés dans le processus

de valorisation. Cela renvoie bien entendu à la capacité de certains acteurs à faire valoir leurs intérêts. Ces constats posent de façon évidente la question de l'organisation institutionnelle qui encadre et permet le processus de valorisation et stabilise ces rivalités.

C'est ce constat qui amène à définir un second axe de littérature, dont les travaux traitent plus spécifiquement du principal instrument qui permet aux acteurs, en Europe du moins, de «fixer», dans un cadre institutionnel, les démarches de mise en valeur du territoire et du patrimoine. Il s'agit des labels relevant de la propriété intellectuelle et visant la différenciation des produits porteurs d'une origine territoriale, notamment des Indications géographiques (IG, ou GI en anglais). Le terroir constitue ici le concept (plus propre à la pratique que résultant d'une construction théorique!) qui sert de support aux multiples attentes de mise en valeur des territoires et qui permet de les traduire dans le champ légal de la propriété intellectuelle. Or, autant la notion de terroir que celle d'IG sont directement issues du domaine vitivinicole avant leur extension à d'autres produits.

2.3 LES LABELS, LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET LA QUESTION DE LA VALEUR

Ce second axe de la littérature nous conduit à nous concentrer sur les tensions qui animent la traduction de la notion de terroir en un instrument de politique publique et support de propriété intellectuelle que constituent les IG (ou labels d'origine) et, plus particulièrement, les AOC. Il s'agit ici, dans un premier temps, de présenter autant les enjeux culturels et commerciaux des AOC que leurs enjeux sensoriels qui renvoient au goût du vin; dans un second temps, d'ouvrir progressivement le raisonnement en inscrivant ces discussions dans un questionnement plus large sur la construction et la distribution de la valeur par de tels labels; dans un troisième temps, de présenter des travaux qui permettent de faire un lien plus général entre les ressources territoriales et les enjeux de valeur associés aux labels, en soulignant le rôle de l'organisation institutionnelle qui encadre l'usage de la ressource. Ce sont ces derniers travaux qui nous amèneront au cadre des RIR et à l'opérationnalisation des conclusions de la littérature pour l'analyse d'appellations vitivinicoles.

2.3.1 Du territoire au terroir

La notion de terroir concentre le rapport que les hommes entretiennent avec le goût attendu de certains produits, les savoir-faire nécessaires à leur production et leur environnement géographique et social. Elle est donc souvent centrale dans l'élaboration et la gestion d'un label d'origine.

Bérard & Marchenay (1998, 2004) ont richement documenté les dynamiques générales qui forment la toile de fond des produits dits de terroir. Ces derniers

font l'objet d'un engouement croissant dans le cadre de la multiplication des initiatives de valorisation des produits et des savoir-faire locaux. Les auteurs mettent notamment en évidence l'importance des facteurs naturels et des savoir-faire ainsi que leur place dans les cultures locales et soulignent le caractère polysémique qui est associé au concept. Ils rappellent la définition du terroir adoptée par l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) en France, définition retenue pour la suite de ce travail :

« *Le terroir est un système au sein duquel s'établissent des interactions complexes entre un ensemble de facteurs humains (techniques, usages collectifs, etc.), une production agricole et un milieu physique (territoire). Le terroir est valorisé par un produit auquel il confère une originalité (typicité).* » (Bérard & Marchenay, 2004, p. 72-73)

À propos des aspects humains, Chevalier souligne le lien qui unit les savoir-faire déployés dans l'élaboration de produits de terroir – appliqués à une matière que les acteurs considèrent souvent comme « vivante »³ – et le sentiment identitaire d'appartenance à un groupe (Chevallier, 1991, p. 5). En Suisse, et plus particulièrement en Valais, l'intensité de l'attachement culturel des producteurs (professionnels ou amateurs) à la vigne ainsi que les tensions, liées notamment à l'intérêt (décroissant) des jeunes pour ces pratiques ont été très finement analysées par des travaux sociologiques (Bender *et al.*, 2001) ou ethnologiques (Domeniconi *et al.*, 2010 ; Raboud-Schüle, 2010).

En termes d'identité justement, le terroir peut également être un instrument au service direct à la fois d'ambitions politiques de construction identitaire et d'objectifs de promotion économique, comme l'atteste la politique de soutien à la viticulture menée depuis moins de dix ans au Canada (Paquette & Lacassagne, 2008).

Au-delà de ses aspects biophysiques et géophysiques certainement avérés, la nature de construit social – et donc la dimension très politique – du terroir est particulièrement bien relevée par les chercheurs du Nouveau Monde. Ces derniers adoptent une posture particulièrement décontractée pour traiter simultanément des effets objectifs du terroir et de sa nature de « récit » (*narrative*, en anglais) culturel, certes, mais aussi et surtout marchand. Un extrait d'une récente contribution des chercheurs néo-zélandais résume idéalement les débats de la littérature et la nature complexe, et parfois ambiguë, du concept :

« *The association of wine with place is encapsulated in the French notion of terroir: the belief⁴ that a place bestows particular character on grapes and wine [...]. Terroir has several dimensions. There is a biophysical link between place and*

³ Ce qualificatif est très fréquemment utilisé au sujet du vin ; voir : Bender *et al.*, 2001 ; Johnson & Robinson, 2008 ; Nossiter, 2007.

⁴ Souligné par les auteurs.

wine quality: the climate of a place will affect the viability of grape growing; it will favour some varieties over others: and it will critically determine the degree, pace, and regime in which grape ripen – thus affecting the flavour profile of the fruit. Slope, aspect, and topography will influence [...] the flavour. Finally, soils are deemed to be important by many: not only will trace elements in the soil be reflected in the taste of the grapes, but the fruit will be affected by the fertility of the soil [...]. These biophysical factors help define the parameters of terroir stories: narratives produced by winemakers, marketing strategists, and consumer which are aimed at explaining the character of the wine in terms of its environmental origins (climate, soils, slope). As well [...] there are rather more amorphous historical and cultural elements. These involve the supposed cultural practices associated with grape growing and winemaking that have evolved and been inherited in place over long periods of time. [...] Environment and history thus combine to create a mosaic of places, each producing different types of wine. Distinctive, differentiated, and often able to be recognize as belonging to particular places. In these ways, terroir is constructed as a means by which a wine may be expressed as the essence of place in a glass.» (Overton & Murray, 2014b, p. 42-43)

Cette belle tension, que l'on retrouve régulièrement dans le discours, les pratiques et les mobilisations des producteurs en Suisse comme dans le Nouveau Monde, donne un charme et un attrait tout particulier à l'objet de recherche qu'est la vitiviniculture: elle maintient inexorablement l'objet dans un léger voile d'enchantement, où l'on a parfois l'impression de ne plus savoir distinguer avec une entière certitude ce que l'on perçoit vraiment de ce qu'on croit, ou qu'on souhaite, percevoir (notamment dans le goût du vin). Cela n'enlève bien sûr rien à l'intérêt de l'enjeu des modalités de construction institutionnelle du terroir par les acteurs. Bien au contraire.

2.3.2 Valoriser le terroir par les AOC

Les produits agroalimentaires qui se disent du terroir cristallisent ainsi des logiques culturelles, identitaires et politiques autour d'un instrument qui vise simultanément leur mise en valeur commerciale. Les labels garantissant l'origine (les IG, et plus spécifiquement les AOC) sont le résultat des tensions qui font tenir ensemble ces multiples logiques.

En outre, le concept d'AOC, qui met l'accent sur le fait que les caractéristiques du terroir (sol, climat, etc.) se révèlent par le travail des hommes, a précisément été construit à partir du vin (Bérard & Marchenay, 2004; Van Leeuwen & Seguin, 2006).

Le caractère hybride de l'objet d'étude des AOC, qui se trouve, selon Micoud, au carrefour de différentes perspectives, doit être souligné:

«[...] Cette marque consistant en la labellisation d'une différence fondée sur la présence maintenue et articulée entre elles de deux originalités (l'une naturelle:

un terroir, une variété, une race et l'autre culturelle: un savoir-faire typique) est certes dédiée au marché, elle n'en emporte pas moins avec elle une identité qui le déborde de toutes parts.» (Micoud, 2004, p. 20)

Les AOC et les IG ont de fait une vocation commerciale. Elles constituent un droit de propriété intellectuelle (Gay, 1985; Tinlot, 2007; Walther, 2010), plus récent que les marques commerciales, brevets ou copyright (IPI, 2011), qui accorde l'usage exclusif d'une désignation géographique (Volnay, Gruyère, Barolo, etc.) aux producteurs respectant un cahier des charges plus ou moins restrictif. C'est ce cahier des charges qui est censé codifier les pratiques considérées comme légitimes et permettant l'expression du terroir correspondant à la désignation géographique revendiquée.

Les AOC constituent la forme la plus exigeante et restrictive de cahier des charges (Barham, 2011; Belletti *et al.*, 2011). Elles trouvent leur origine dans le vignoble français des années 1930, dans un contexte où les vins réputés, ainsi les « clarets » de Bordeaux, si prisés sur le marché anglais, sont alors l'objet régulier de fraudes, d'adultération et d'usurpation (dans l'utilisation du nom) depuis la fin du XIX^e siècle déjà (Boisseaux, 2012; Simpson, 2011). L'introduction des AOC a pour but de doter les producteurs d'un instrument de régulation (Rousset & Traversac, 2006) qui encadre les pratiques légitimes donnant droit à l'appellation et qui leur permette de défendre la réputation de leur vin contre les usurpations et de protéger ainsi leur activité commerciale.

«L'Appellation d'origine contrôlée est née de la réorganisation du vignoble français en 1935, avec le décret-loi organisant la production des vins de qualité. C'est une mention qui identifie un produit tirant son authenticité et sa typicité de son origine géographique. À chaque AOC correspond une aire délimitée d'où proviennent les raisins et donc les vins ainsi labellisés.» (Hinnewinkel, 2004, p. 1)

L'AOC implique la coordination des producteurs autour de pratiques spécifiques, au stade de la production du raisin, de sa transformation en vin et de la distribution du produit. L'objectif du dispositif consiste à protéger contre l'usurpation la réputation qu'un produit (et donc sa désignation) a acquise par des usages dits « locaux, loyaux et constants » (Perrier-Cornet & Sylvander, 2000, p. 79). Comme tous les labels, les AOC ont pour but de différencier le produit sur lequel ils sont apposés parmi ses substituts potentiels (Bonroy & Lemarié, 2012). Afin d'assurer la création d'un supplément de prix, le label doit permettre de différencier efficacement le produit au stade de la distribution: « *The ability to successfully promote a product is based on being able to differentiate the market for the product to be promoted from the markets of the product's competitors – its substitutes.* » (Gordon *et al.*, 1999, p. 4). La différenciation renvoie donc au degré de substituabilité du produit, que l'utilisation du label vise précisément à réduire au minimum.

La labellisation de produits agroalimentaires par des AOC permet ainsi d'afficher une spécificité, une distinction, associée aux qualités que le produit

tire de son territoire d'origine, ainsi qu'à l'identité et à la culture de ceux qui le produisent. À ce titre, l'instrument des AOC est porteur d'une double dimension: d'une part, il organise une forme de défense de pratiques, de savoir-faire et de certaines caractéristiques liés à un produit, accordant ainsi une reconnaissance institutionnelle et sociale aux acteurs porteurs de ces savoir-faire; d'autre part, le label fonctionne comme marqueur distinctif sur les marchés, justifiant la pratique d'un prix – et donc, pour le producteur, d'un revenu – plus élevé (*price premium*) en contrepartie de garanties – plus ou moins bien perçues par le consommateur par ailleurs (Carpenter & Larceneux, 2008) – quant à certaines caractéristiques du produit.

L'aspect commercial du label AOC transforme, sur un plan économique, la rente territoriale (Mollard, 2001) en rente économique au profit des producteurs de l'appellation (Hayward & Lewis, 2008; Laporte, 2001). Dans cette optique économique, les AOC et les IG ont fait l'objet de plusieurs recherches qui rendent compte de la formation et de la distribution de la valeur ajoutée (monétaire) entre les parties (Barjolle *et al.*, 2011). Les travaux analysent notamment la façon dont cette forme d'organisation des acteurs réduit les coûts de transaction au sein des filières⁵ (Barjolle & Chappuis, 2000; Rousset & Traversac, 2006).

Or, dans un environnement économique global dans lequel la libéralisation constitue un référentiel croissant, la légitimité d'une telle rente fait l'objet de fortes contestations (Sylvander *et al.*, 2006), sachant qu'elle découle d'un accord entre une diversité de producteurs au sein d'une même filière: la coordination est proche de l'entente, potentiellement condamnable à l'aune de la politique de la concurrence (Chappuis, 2002; Rousset, 2004).

Pourtant, les IG – et donc les AOC – sont reconnues au niveau international, depuis la signature des accords de l'OMC relatifs aux droits de propriété intellectuelle (ADPIC)⁶ en 1994. Ceux-ci définissent (annexe 1C des ADPIC, art. 22-23) les IG de la façon suivante:

«[...] *On entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou*

⁵ La notion de filière est l'expression européenne qui circonscrit le périmètre de l'analyse dans le secteur de la vitiviniculture (Perrier-Cornet & Sylvander, 2000; Perrier-Cornet, 1990), et qui inclut les producteurs de raisin (en amont) et les distributeurs (en aval). Elle est l'équivalent de la notion de « *commodity chain* » (littéralement chaîne de la marchandise) dans la littérature anglo-saxonne (Raikes *et al.*, 2000), une terminologie qui renvoie à celle « d'industrie » (même artisanale) du vin, à laquelle font généralement référence les auteurs anglo-saxons (voir à ce propos Lewis, 2014).

⁶ Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, annexe 1.C de l'Accord instituant l'Organisation mondiale du commerce, conclu à Marrakech le 15 avril 1994, approuvé par l'Assemblée fédérale le 16 décembre 1994, entré en vigueur en Suisse le 1^{er} juillet 1995, RS 0.632.20.

autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.» (ADPIC, art. 22, al. 1)

Cette reconnaissance internationale a toutefois pour toile de fond de profondes rivalités et un désaccord fondamental entre les pays européens et les pays du Nouveau Monde membres du Groupe de Cairns à l'OMC (Josling, 2006). Ces derniers sont en effet les tenants d'une approche libérale, centrée sur les marques commerciales et sont généralement opposés à des droits de propriété fondés sur une dimension d'exclusion géographique tels que les AOC (Valceschini & Mazé, 2000). De fait, dans le domaine vitivinicole, les pays du Nouveau Monde (ou « nouveaux pays producteurs ») se caractérisent par une approche de la différenciation des vins centrée sur les marques et les cépages (Hinnewinkel & Velasco-Graciet, 2005; Salomon, 2005; Schirmer, 2010), même si les références géographiques pour la différenciation régionale et les références au terroir y trouvent un intérêt grandissant (Howland, 2014a, p. 182; Overton & Heitger, 2008).

Les acteurs qui défendent un modèle de protection de la propriété individuelle fondé sur les marques commerciales (privées) – souvent associées à la mise en valeur du cépage utilisé⁷ – se disputent bien entendu les rentes que les labels AOC engendrent et s'approprient. L'opposition du Nouveau Monde à une logique qu'on pourrait qualifier de « *propriété intellectuelle géographiquement encadrée* » et son inscription en contrepoint dans la mise en valeur des cépages relèvent bien d'une stratégie historique de différenciation. Des chercheurs du Nouveau Monde soulignent que cette stratégie, qui a notamment été rendue possible par les évolutions technologiques, avait l'avantage majeur (dans une optique de croissance rapide) de démocratiser la consommation et l'accès à la distinction sociale procurée par le vin, pour un public de (nouveaux) consommateurs, étrangers aux variations du terroir: « [*Varietal labelling*] *relieved consumers of the necessity of acquiring intricate knowledge of the “wine French” and of negotiating the vineyard and regional variations that still characterizes most French wine labels* » (Howland, 2014b, p. 182). L'évolution des savoir-faire techniques exerce, en outre, une incidence supplémentaire sur l'opposition de la logique des AOC et du terroir à celle des marques: on assiste depuis les années 1990 à un renforcement des disciplines biochimiques qui travaillent, en aval de la filière, à la maîtrise des qualités organoleptiques, facilitant ainsi la production de vins standardisés, moins sujets aux variations de millésimes,

⁷ En France, une seule région s'appuie sur la mention des cépages pour différencier les vins: l'Alsace. En Europe, cette pratique est également dominante en Allemagne et en partie en Suisse, de façon différenciée selon les régions (voir les études de cas *infra*). La littérature ne fournit aucune explication au développement de ces deux grands axes en Europe (où les deux importants producteurs que sont l'Espagne et l'Italie correspondent au modèle français), mais certains (entretiens informels avec des chercheurs) voient une corrélation partielle – encore à expliquer – entre la logique des cépages et les frontières tardives du Saint Empire romain germanique.

qui sont le pendant temporel des variations régionales propres aux AOC. Cet accent sur la technicisation de la vinification correspond à l'essor du Nouveau Monde et s'accompagne, de plus, à l'initiative de ces nouveaux acteurs, d'un recours accru aux techniques économétriques et de marketing. Ces nouveaux types de savoir-faire, combinés à l'effet «*démocratisant*», soulevé par Howland (2014b), de la différenciation par les marques et les cépages, contribuent de façon significative à la stratégie de croissance que les producteurs du Nouveau Monde ont adoptée depuis les années 1990 (Roger, 2010).

Encadré 1. Qualité du vin et liberté d'entreprise. Exemple de l'AOC en Suisse.

Lorsque les pouvoirs publics valaisans décident d'introduire en 1990 le principe de l'appellation d'origine contrôlée (AOC) dans la réglementation vitivinicole, le dispositif est immédiatement contesté. Les AOC sont présentées comme un instrument promouvant la qualité, cependant l'objectif politique, admis à demi-mot mais bien connu de tous les acteurs, consiste avant tout à mieux maîtriser les quantités mises en marché (voir Laesslé, 2014, pour les détails). L'instrument principal consiste à fixer un seuil maximal au rendement de raisin (kg/m²) donnant droit à l'usage de l'appellation Valais. Les requérants soutiennent que cet instrument est contraire à la liberté du commerce et de l'industrie, garantie par la Constitution (art. 31, al. 1, Cst), et qu'il constitue une restriction illégitime à la libre concurrence. Dans son jugement, le Tribunal fédéral (ATF du 26 avril 1991, RVJ 1991) reconnaît cependant que les limites quantitatives imposées pour l'AOC ont un impact sur la qualité du raisin et du vin et que, par conséquent, cette entrave à la liberté d'entreprise correspond à un intérêt public prépondérant. Cet arrêté marque un tournant majeur dans la régulation vitivinicole suisse et prépare l'inscription des AOC dans la réglementation fédérale l'année suivante (Laesslé, 2014).

En se concentrant plus récemment, dans une perspective juridique, sur la relation qu'entretiennent les AOC avec le droit des cartels, Walther (2010) souligne que les dispositions contenues dans les cahiers des charges des produits AOC⁸ peuvent avoir des effets particulièrement problématiques sur la concurrence et la libre circulation des marchandises, et constituent une restriction à la liberté économique (Walther, 2010, p. 41). Le juriste rappelle que la liberté d'entreprise (garantie par l'art. 27 de la nouvelle Constitution) représente un filtre contre les dispositions

⁸ Les cahiers des charges correspondent aux exigences relatives à la production d'AOC non viticoles, qui relève d'une ordonnance fédérale spécifique. Leur équivalent pour le secteur vitivinicole est fixé dans la réglementation (ordonnances) cantonale, les cantons étant compétents en la matière.

des cahiers des charges (ou, par équivalence, des ordonnances cantonales en ce qui concerne les vins) qui iraient au-delà des fonctions que la loi accorde aux AOC. Il indique en effet que dans l'équilibre que la jurisprudence reconnaît dans la relation entre les AOC et les principes de la concurrence, ne peuvent être retenues comme légitimes que les prescriptions de pratiques qui ont un impact direct sur les propriétés spécifiques du produit :

« Sur la base d'une argumentation à l'aune du droit de la concurrence, le conditionnement ainsi que toute autre opération de transformation ayant une incidence sur le produit final de l'appellation d'origine doivent être proscrits [du cahier des charges], tant que les procédés correspondants n'ont pas d'influence directe sur les propriétés spécifiques du produit. C'est uniquement le produit d'origine qui doit pouvoir être protégé, et non pas des dispositifs de transformation ou de distribution motivés par des intérêts de politique structurelle ou de politique économique. »
(Walther, 2010, p. 42)

Cette définition juridique, si elle correspond bien à la doctrine, ignore cependant – mais c'est précisément son but – l'ensemble des dynamiques qui peuvent conduire des acteurs qui prennent part à l'élaboration d'un produit à chercher à le protéger par une AOC. D'une part, elle ne permet pas de prendre en considération les motivations qui amènent à faire évoluer la définition considérée comme légitime de ce que sont les propriétés spécifiques du produit, c'est-à-dire celles qui garantissent son authenticité. D'autre part, elle éclipse le fait que l'ensemble du travail de définition, ou de légitimation, de ce qui est considéré comme ayant une « *influence directe sur les qualités spécifiques du produit* », est fondé dans sa totalité sur des choix politiques, donc sur des rapports de force.

2.3.3 Création et distribution des valeurs avec un label

Il convient désormais de s'interroger de façon plus conceptuelle sur les caractéristiques de la création de valeurs par des labels de type AOC ainsi que les modalités de la distribution de ces valeurs.

Ici, la question de la distribution des profits – donc de la valeur économique – dégagés par la mise en place de labels s'axe principalement sur le partage de la rente (le supplément de prix) découlant du label. Torre (2006) considère que la réputation du produit protégé constitue un bien commun pour les acteurs impliqués et qu'il s'agit de l'élément central qui doit être régulé dans la mesure où les profits en découlent. Très concrètement, il s'agit de rendre exclusive l'utilisation du nom du produit. Selon lui, les AOC sont des biens

de type « *club* » (Torre, 2002), c'est-à-dire que les membres, sur une base volontaire, s'organisent pour mutualiser des coûts de production et bénéficier en commun de l'exclusion d'autres acteurs. Il y a donc un enjeu de premier ordre qui vise à réserver la valeur dégagée aux membres du club, qui prend la forme de la définition des frontières de celui-ci⁹. Ainsi, la gestion d'une appellation d'origine produit des gagnants et des perdants, en excluant certains acteurs de la distribution de la « *rente de réputation* » associée au label (Bowen, 2011, p. 328). Cet aspect est encore plus visible lorsque le marché et la filière se développent, attirant dans certains cas des acteurs extérieurs au sein de la filière, qui poursuivent des intérêts plus divers que ceux du club – comme des entreprises transnationales –, mettant sous tension le contrôle exercé par les acteurs locaux et la distribution des revenus. Or, Bowen constate justement, à travers l'exemple du Comté AOC (un fromage français) que, selon l'organisation institutionnelle, les acteurs locaux parviennent à conserver leur contrôle et à sécuriser leur revenu, même en cas d'expansion du marché de leur produit (Bowen, 2011).

La question du contrôle sur une filière labellisée implique de prendre en considération le « sous-jacent » de la rente à distribuer entre les acteurs, c'est-à-dire les conditions de la création de l'actif exploité. Tregear & Gorton (2005) considèrent à ce titre que l'origine d'un produit, exploitée par le biais d'un label, constitue une ressource commune. Ils soulignent que l'enjeu majeur qui découle de cette nature commune réside dans les contributions individuelles que les acteurs qui tirent profit de la réputation du produit (ou de son origine) sont susceptibles de fournir pour assurer l'entretien de cet actif. La solution consistant à s'engager au sein d'une marque collective liée à l'origine (de type AOC mais pas uniquement) est loin d'être évidente; les coûts de contribution à cet actif qu'impliquent les prescriptions de production ou le cahier des charges peuvent apparaître trop élevés par rapport au gain attendu: les acteurs doivent parvenir à un consensus sur le « *bon* » équilibre qu'il convient d'adopter entre des conditions trop restrictives ou au contraire trop souples (Tregear & Gorton, 2005, p. 405-406).

Mais l'équilibre qu'il convient de trouver ne se limite pas uniquement à un rapport entre coûts et bénéfices financiers. À ce propos, Faure (1999) aborde un point clé en se penchant en détail sur la question de « *l'authenticité* » du produit, une dimension qui est effectivement centrale pour sa différenciation. En étudiant un cas d'AOC fromagère, l'auteur souligne dans un premier temps les rivalités entre les différentes revendications d'authenticité formulées par les acteurs. D'autre part, elle indique que le mode de production qui est finalement adopté et qui correspond à la définition de l'authenticité sur laquelle les acteurs se sont accordés, génère une autre forme de valeur par

⁹ Nous ne discutons pas plus en profondeur ici la question (théorique) de la distinction entre « *bien club* » et « *bien commun* » pour les produits AOC, et nous nous contentons de retenir l'enjeu de la fixation des frontières, effectives, du périmètre de protection couvert par l'appellation.

le fait qu'elle donne un sens aux choix et aux actes des acteurs, autant aux consommateurs qu'aux producteurs (Faure, 1999, p. 8). Ainsi, la valeur marchande, matérialisée par l'exclusivité et le supplément de prix du label, s'accompagne également de production de sens, et cela malgré des visions parfois antagonistes.

Cette perspective de questionnement, alternative à celle des profits monétaires, revient fréquemment dans la littérature. Elle invite à prolonger les conclusions des travaux présentés plus haut, qui soulignent les enjeux symboliques et culturels dans la reconnaissance d'un terroir pour une AOC. Il s'agit d'une discussion plus générale sur la nature des labels, qui s'appuie sur le concept « *d'encastrement* » (*embeddedness*) développé en 1944 par Karl Polanyi (2004). Celui-ci s'est attelé à montrer que la création d'un marché dit autorégulateur, au XIX^e siècle, impliquait de soustraire des éléments fondamentaux de la société à l'emprise de cette dernière. L'instauration des marchés de la terre, du travail et du capital, nécessaires au fonctionnement de l'économie de marché, demandait de transformer la terre, le travail et la monnaie en marchandises, en facteurs de production qui puissent fonctionner de manière autonome. Polanyi en concluait que :

« [...] *La maîtrise du système économique par le marché a des effets irrésistibles sur l'organisation tout entière de la société: elle signifie tout bonnement que la société est gérée en tant qu'auxiliaire du marché. Au lieu que l'économie soit encadrée dans les relations sociales, ce sont les relations sociales qui sont encadrées dans l'économie.* » (2004, p. 88)

C'est précisément en adoptant cette ligne d'analyse, que Barham (2002) propose de considérer les labels sur les produits agro-alimentaires (bio, de commerce équitable mais surtout les labels liés à l'origine): soit comme des manifestations d'une forme de résistance au marché et de « *réencastrement* », par le biais des valeurs diverses dont le label est porteur. Elle propose la notion de « *values-based labelling* » pour en rendre compte et indique que, en tant que formes de réencastrement, les labels agro-alimentaires constituent « [...] *one historical resistance to the broadly shared values by systemic aspects of "free market" liberalism* » (Barham, 2002, p. 350). Selon l'auteure, les deux caractéristiques principales des labels, c'est-à-dire les informations qu'ils véhiculent relativement aux processus de fabrication et aux qualités (ou propriétés, parmi lesquelles le lieu d'origine ou de production occupe une place croissante) du produit labellisé, permettent une reconnaissance par le marché de ce qui lui échappait jusqu'ici. Dans cette optique, le label permet de convertir la valeur commerciale dégagée sur le marché vers d'autres formes de valeur recherchées par le consommateur et portées par les producteurs: un certain mode de production, une certaine façon de travailler la terre, dans un certain lieu, etc. En détaillant le processus français d'enregistrement d'une AOC, Barham souligne ailleurs qu'il représente la concrétisation régulatrice de la définition du terroir associé à un produit.

L'auteure soutient que le label permet d'encadrer le produit dans les dimensions sociales et culturelles du territoire de production :

« Presence of an AOC label on a product reflects the completion of a multi level process of negotiation from the local to the state level. When this negotiation is successful, it results in a product that is strongly embedded in the natural, social, cultural and political dimensions of its territory. » (Barham, 2003, p. 133)

Ainsi, selon Barham, l'AOC doit non seulement permettre de relier le « local au global », en rendant visibles les qualités spécifiques d'un produit *via* la désignation, mais aussi de dégager des formes de valeur qui ne se limitent pas à la seule plus-value économique.

En mettant l'accent sur la production et la distribution d'une diversité de valeurs, outre les gains économiques, Barham inscrit l'étude des appellations d'origine dans une réflexion sur la diversité des valeurs qui prend sa source chez Marx – ou chez Aristote déjà¹⁰ – dans la distinction que ce dernier opère entre valeur d'usage et valeur d'échange (Marx, 1946, p. 1-159). Dans une même veine néomarxiste, des travaux soulignent en outre la dimension de symbolique de classe que revêt la consommation (d'un certain type) de vin ou encore sa fonction comme marqueur de distinction sociale (Howland, 2014b; Overton & Murray, 2013).

Encadré 2. Valeur d'usage et valeur d'échange

Dans les premiers chapitres du *Capital*, Marx met en évidence la dialectique entre valeur d'usage et valeur d'échange (ou simplement valeur) des marchandises, qui est au principe de la production dans une économie capitaliste. Les deux formes de valeur y apparaissent indissociables même si elles sont fondamentalement différentes, la valeur d'usage répond à la satisfaction des besoins humains, la valeur d'échange prend naissance dans des heures de travail :

« C'est l'utilité d'une chose qui en fait la valeur d'usage. [...] La valeur d'usage ne se réalise que dans l'usage ou la consommation. Les valeurs d'usage constituent le fond matériel de la richesse, quelle que soit d'ailleurs la forme sociale de cette richesse. Dans la forme de société que nous avons à considérer, elles sont en même temps les représentants matériels de la valeur d'échange. La valeur d'échange apparaît d'abord comme le rapport quantitatif, la proportion suivant laquelle des valeurs d'usage d'une espèce s'échangent contre des valeurs d'usage d'une autre espèce. Ce rapport varie constamment avec le temps et le lieu. La valeur d'échange semble donc être quelque chose d'accidentel et de purement relatif; et une valeur d'échange

¹⁰ ARISTOTE, *De republica*, cité in MARX (1946), *Le Capital*, Paris : Costes, note 1, p. 75.

immanente, intrinsèque à la marchandise serait une contradiction dans les termes. » (Marx, 1946, p. 4-5)

Mais si les marchandises comportent nécessairement une valeur d'échange et sont le fruit du travail de l'homme, celui-ci n'aboutit en revanche pas systématiquement à la production de marchandise :

«L'homme qui, par son produit, satisfait son besoin personnel, crée bien une valeur d'usage, mais non pas une marchandise. Pour produire des marchandises, il faut qu'il produise non pas une simple valeur d'usage, mais une valeur d'usage pouvant servir à autrui, une valeur d'usage sociale.» (p. 11)

Après avoir mis en évidence le double caractère des marchandises, à la fois objets d'usage et porteuses de valeur (p. 20), Marx souligne que la dialectique qui se noue entre valeur d'usage et valeur d'échange, contenue dans les marchandises, est indissociable de l'échange de marchandises, lui-même caractéristique de la société capitaliste :

«La marchandise est valeur d'usage ou objet d'usage et valeur. Elle prend cet aspect double, cet aspect réel, dès que sa valeur possède une forme de manifestation propre, différente de sa forme naturelle, c'est-à-dire la forme de valeur d'échange; prise isolément, elle n'a jamais cette forme, elle ne l'acquiert que dans le rapport de valeur ou d'échange s'établissant entre elle et une autre marchandise d'espèce différente.» (p. 40-41).

La sociologie économique a repris à son compte cette distinction marxiste entre valeur d'usage et d'échange pour étudier le développement urbain, comme le montrent les travaux de Logan & Molotch (1987) qui analysent les dynamiques de «*marchandisation des lieux*» dans des termes qui font écho à la mise en valeur des territoires présentée plus haut :

«Places have a certain preciousness for their users that is not part of the conventional concept of a commodity. A crucial initial difference is that place is indispensable [...]. Individuals cannot do without place by substituting another product [...]. The use of a particular place creates and sustains access to additional use values.» (Logan & Molotch, 1987, p. 17-18)

Toujours dans le domaine urbain, mais sous l'angle plus spécifique du patrimoine urbain, de plus récents travaux s'appuient également sur la dialectique entre valeur d'usage et d'échange. Bonnard et Felli (2008) soutiennent ainsi qu'il est absurde de questionner le caractère authentique – ou non – du patrimoine et de ses produits, en le considérant comme une marchandise. Ils soulignent qu'étant donné que le patrimoine participe au processus de valorisation d'un territoire, il est autant porteur de valeur d'usage que de valeur d'échange et que dès lors, «*il n'y a donc pas un vrai et un faux, mais la production historique d'un authentique qui est le résultat nécessaire du type de relations sociales propres au capitalisme*» (p. 6).

Dans le domaine agricole enfin, on retrouve la question des multiples valeurs (marchande, culturelle, etc.) dans les débats sur le caractère « *multifonctionnel* » de l'agriculture, censée être désormais productrice de biens marchands autant que de biens non marchands mais culturels et identitaires dans les pays qui en adoptent cette définition multifonctionnelle (Barthélemy & Nieddu, 2003). En Suisse, la reconnaissance de cette pluralité de valeurs garantie par la multifonctionnalité de l'agriculture est bien ancrée sur le plan législatif et réglementaire de la politique agricole depuis sa réforme en 1996 (Chappuis *et al.*, 2008).

2.3.4 Embeddedness, valeurs et institutions

Plusieurs travaux reprennent la proposition de Barham et mobilisent la notion d'*embeddedness* pour analyser les enjeux propres aux labels (essentiellement d'origine) sur les produits alimentaires. C'est en utilisant ce concept que Bowen explique comment les producteurs locaux de Comté AOC sont parvenus à conserver le contrôle de leur filière et détaille la façon dont ils sont parvenus à « *l'encastrier* » dans les identités locales. Dans le cas du Comté, à la stabilisation informelle, locale et culturelle des comportements des acteurs (donc le processus d'encastrement) s'ajoute l'effet des institutions nationales (la réglementation AOC), qui viennent renforcer la vision commune autour de laquelle s'accordent et se mobilisent les acteurs locaux (Bowen, 2011).

En prenant le contre-pied de l'argument formulé par Barham (2003), Julie Guthman (2007) s'attelle, au contraire, à démontrer que les labels agro-alimentaires ne constituent en rien une forme de résistance à la dynamique néolibérale, mais qu'ils relèvent de son extension. Son analyse est particulièrement stimulante, dans la mesure où elle va à rebours d'une conception selon laquelle toute opposition locale à la standardisation (une dynamique effectivement associée à la globalisation) constituerait une alternative à l'expansion du marché. Cette représentation intuitive est souvent implicitement associée à un label d'origine.

Pour sa démonstration, Guthman (2007) confronte la logique des labels à quatre aspects qui permettent de caractériser de façon opérationnelle, selon Heynen & Robbins (2005), la notion de néolibéralisme: i) la gouvernance, soit une forme d'organisation des acteurs en dehors du « *command-and-control* » de l'État, ii) la privatisation, iii) le principe de l'« *enclosure* », c'est-à-dire de mise en propriété privée de ce qui était exploité en commun auparavant et, iv) la mise en valeur marchande par l'attribution d'un prix. Sur cette base, l'auteure arrive à la conclusion que les labels constituent bien le prolongement de la logique de marché, en mettant « *en marché* » ce qui jusqu'ici précisément ne l'était pas: « [...] *Protective labels work within the market – indeed [they] extend market mechanisms into realms where they previously did not exist [...].* » (Guthman, 2007, p. 473)

Retenons de ce débat théorique que la question de l'articulation entre la labellisation d'un produit et les différentes formes de valeur portées et recherchées par les acteurs qui gravitent autour de sa production – et de sa

consommation – doit occuper une place centrale pour mener une analyse pertinente des appellations vitivinicoles. À ce titre, Guthman a mené plusieurs travaux portant plus spécifiquement sur le développement de l'agriculture biologique. Ses recherches éclairent notamment la façon dont la plus-value dégagée par le label est transmise aux parcelles de foncier. Or, ce transfert se fait au bénéfice d'acteurs spécifiques de la filière qui, paradoxalement, sont les principaux acteurs d'une agriculture productiviste classique, en l'occurrence les grands producteurs intensifs et les principales centrales de distribution (Guthman, 2004a, 2004b). Dans ces cas, le label génère une plus-value monétaire mais la logique du marché conduit à une distribution de celle-ci qui érode précisément les valeurs non monétaires défendues par le label.

Dans une étude comparée de l'organisation des filières de production du fromage Comté AOC et de la Tequila mexicaine qui bénéficie également d'un label d'appellation d'origine depuis 1974, Bowen met quant à elle en évidence comment l'organisation institutionnelle du groupement de régulation de l'appellation, donc la répartition du pouvoir en son sein, est déterminante pour la création et la distribution des valeurs que produit l'appellation. Dans le cas de la Tequila, les producteurs locaux d'agave ne sont pas parvenus à se coordonner au sein de la structure de gouvernance de l'appellation durant une période de forte demande, incapables d'empêcher un phénomène de concentration mené au profit de quelques grandes distilleries et multinationales. Ces dernières sont dès lors les principales bénéficiaires de la valeur économique dégagée par la ressource, au détriment des petits producteurs qui ont vu leur revenu se réduire et ont aussi perdu le goût spécifique de leur produit. Celui-ci a disparu simultanément à la production standardisée du produit. « *The large distilleries and multinational liquor companies capture most of the value-added associated with the industry; the growth of the tequila market has not substantially benefited the agave farmers or rural population* » (Bowen, 2010, p. 221). À l'inverse, les producteurs locaux de la filière Comté AOC sont parvenus à conserver le contrôle sur la gouvernance de l'offre. Pour des raisons que l'auteure associe à un attachement général au sein de la filière à la notion de terroir, à la diversité du produit et de ses goûts et également à la composition des organes de décision au sein du groupement d'appellation, des dispositions ont été prises pour empêcher tout phénomène de concentration au sein de la filière. Ce succès organisationnel a permis de protéger le revenu et les pratiques de petites structures locales d'affinage et, par conséquent, de maintenir la typicité gustative du fromage. En conclusion, Bowen relève que ce sont bien les luttes autour de la définition du produit, fixées ensuite par les exigences qui donnent droit au label, qui vont définir qui sont les acteurs avantagés : « *Struggles over definitions shape market access and the distribution of profits, privileging certain actors while excluding other* » (Bowen, 2010, p. 222).

Sur d'autres terrains d'étude, en Corse et en Pologne, Bowen & De Master (2011) ont montré que la valeur dégagée par l'introduction d'un label peut,

paradoxalement, nuire aux communautés locales à l'avantage d'acteurs extérieurs. Autant les (nouvelles) contraintes institutionnelles liées au label (cahier des charges, exigences de certification, etc.), la recherche de débouchés au-delà du marché local que les standards de qualité induisent une nouvelle distribution du pouvoir au sein de la filière et une perte de certaines formes de valeur pour certains acteurs. En analysant la labellisation AOC de fromages corses et polonais, les auteurs mettent en évidence un processus « *d'institutionnalisation de la culture* », fondamentalement conflictuel, associé à la mise en marché de la tradition qu'implique la labellisation : « *Conflict can arise when extralocal actors do not value the same aspects of traditional cultures or foods as local actors* » (Bowen & De Master, 2011, p. 76). En ce qui concerne plus spécifiquement le goût des produits, elles relèvent que celui-ci constitue une forme de savoir local, dans la mesure où les membres d'une communauté s'appuient sur le goût de certains produits pour entretenir la mémoire collective ou exprimer leur sentiment d'identité, dont le corollaire est une forme de distinction de l'altérité (Bowen & De Master, 2011, p. 74).

Cependant, l'introduction du label AOC peut mettre à mal la diversité des goûts et des pratiques associés au produit et à ses producteurs : le label AOC étudié en Corse permet d'exclure les multinationales du lait qui produisent du fromage corse avec du lait non corse, mais les producteurs locaux craignent en revanche, et à juste titre, la standardisation au sein du label, sachant que leurs fromages se distinguent par une forte diversité de goûts (Bowen & De Master, 2011, p. 79). En Pologne, l'introduction de l'AOC pour le fromage Oscypek répond avant tout à la volonté d'harmoniser les standards agricoles polonais avec ceux de l'UE pour un meilleur accès à son marché, et non à une velléité de résistance et de protection d'un savoir-faire traditionnel. Or, l'institutionnalisation du processus de fabrication et les nouveaux standards sanitaires ont profondément modifié des caractéristiques typiques du produit. La question des normes sanitaires et de son impact sur la spécificité et sur le goût du produit est fréquemment abordée dans la littérature, notamment bien sûr en ce qui concerne le fromage au lait cru (Ricard, 1998). Bowen & De Master indiquent dès lors qu'il est essentiel de considérer quelles définitions de la « qualité » et d'un produit traditionnel « authentique » sont privilégiées et à quels acteurs elles renvoient (2011, p. 79). À cette question, les auteurs répondent en concluant que « l'authenticité » est précisément un concept construit et négocié socialement (voir Faure, 1999) et qu'à ce titre, il convient de porter une attention toute particulière au contexte social et institutionnel qui l'encadre (Bowen & De Master, 2011, p. 81).

La littérature présentée jusqu'ici met en évidence l'encastrement spatial (Lewis *et al.*, 2002) autant que social et culturel – et même spécifiquement gustatif (Barham, 2002; Bowen, 2010) – que permettent les AOC. Ce faisant, les produits concernés apparaissent bien comme des ressources (régionales et territoriales) dont le succès dans la production de valeurs dépend des formes

de son organisation institutionnelle. C'est donc dans le cadre des institutions, aussi bien formelles que celles renvoyant aux pratiques locales informelles mais néanmoins structurantes, et dans l'usage qu'en font les acteurs, qu'il convient d'aller chercher les déterminants d'une certaine orientation prise par la ressource régionale. C'est cet arrangement institutionnel qui définit les multiples valeurs qu'elle peut produire, et, partant, qui en seront les principaux bénéficiaires.

2.3.5 Des institutions pour l'entretien et l'usage d'une ressource commune

Les recherches sur la gestion des ressources communes (*common pool resources*) apportent donc un éclairage conceptuel doublement utile à l'analyse des appellations d'origine. D'une part, elles permettent d'inscrire la réflexion dans un cadre théorique plus large et favorisent une montée en généralité. D'autre part, elles offrent des outils conceptuels pour penser et étudier le lien entre ressource, institutions et création de valeurs, qui constitue le second axe de littérature. Nous allons voir maintenant que ces travaux facilitent la transition vers l'analyse des régimes institutionnels de ressource, troisième et dernier axe de littérature.

Mais, auparavant, prenons un moment ici pour un bref *excursus* dans les textes d'une auteure qui traite spécifiquement des ressources communes. Maintenant que la notion de ressource commune associée au territoire est devenue incontournable (premier axe de la littérature) et que les valeurs qui en découlent ont été plus précisément discutées au travers de l'objet des labels (second axe de la littérature), ce petit détour par Ostrom (2010) nous permet de mettre l'accent, en des termes plus généraux, sur la question de l'organisation de la construction, de l'entretien et des usages qui sont fait des fruits d'une ressource commune, c'est-à-dire des valeurs qu'elle produit. Ce faisant, nous abordons l'économie néo-institutionnelle d'Elinor Ostrom et anticipons les bases de l'approche des régimes institutionnels de ressource sur laquelle est construite notre démarche conceptuelle.

Les développements proposés par Ostrom (2010) concernent les dynamiques d'auto-organisation dans des situations de ressources communes de petite échelle, « *car les processus d'auto-organisation et d'auto-gouvernance sont plus facilement observables dans ce type de situation* » (Ostrom, 2010, p. 43). C'est dans cette perspective que son travail examine la situation d'appropriation d'unités de ressources tirées de sites de pêche, de cours d'eau, de canaux d'irrigation ou encore de pâturages.

Ostrom identifie deux grandes catégories de problèmes auxquels sont confrontés les « *appropriateurs* », c'est-à-dire les usagers, en situation de ressources communes. Il s'agit, d'une part, de problèmes d'appropriation et, d'autre part, de problèmes liés à la mise en place de nouvelles institutions structurant les interactions entre appropriateurs (Ostrom, 2010, p. 64).

En ce qui concerne l'appropriation, l'auteure précise que la gestion des usages doit garantir le maintien des rentes procurées par la ressource, tout en limitant les rivalités et les incertitudes :

« [...] *Le problème clé, dans un environnement de ressource commune, réside dans la manière d'attribuer une quantité fixe et temporellement indépendante d'unités de ressource de sorte à éviter la dissipation des rentes et de réduire l'incertitude et les conflits concernant l'attribution des droits. Les rentes sont dissipées dès le moment où les rendements marginaux découlant d'un processus d'appropriation sont inférieurs aux coûts marginaux de cette appropriation.* » (Ostrom, 2010, p. 64)

De manière générale, les problèmes d'appropriation peuvent être liés à une surexploitation des produits de la ressource ou à un problème dans l'attribution de l'accès spatial et temporel à celle-ci. Concernant ce dernier point, Ostrom souligne l'importance du consentement de la communauté d'utilisateurs, découlant notamment de leur appréciation de l'équité dans la répartition des droits et des obligations d'usage de la ressource :

« *Le fait que [les utilisateurs] considèrent l'attribution des droits et obligations d'accès comme inéquitable, inadéquate d'un point de vue économique, incertaine ou appliquée de manière inappropriée peut avoir un effet pervers sur leur disposition à investir dans les activités de fourniture.* » (Ostrom, 2010, p. 65-66)

En ce qui concerne spécifiquement la mise en place des institutions de gestion, Ostrom relève qu'elles doivent être considérées pour leur nature d'investissement dans la ressource, donc pour leur caractère productif et périssable, au même titre que pour n'importe quelle infrastructure : « *Les problèmes de construction sont comparables à tout investissement à long terme dans des infrastructures* » (Ostrom, 2010, p. 66). Ostrom souligne enfin les effets délétères qu'une absence de gestion institutionnelle (collective) d'une ressource commune peut avoir sur cette dernière : « [...] *Si les appropriateurs agissent de manière indépendante, ils peuvent s'attendre à ce qu'un effort sous-optimal soit dévolu à la construction, et plus particulièrement à la maintenance, du système en raison de la défection.* » (Ostrom, 2010, p. 66)

L'exploitation d'une ressource implique donc diverses formes d'investissement nécessaires à sa construction et à son entretien. Ceux-ci ont pour finalité d'alimenter la ressource et de garantir des conditions de prélèvement et de distribution des unités de ressource entre ses usagers auxquels ces derniers consentent¹¹. L'élément clé permettant de stabiliser les comportements et les attentes des acteurs, notamment en termes d'investissements dans la ressource, consiste ici en la mise en place d'institutions adaptées ou du moins considérées comme telles par les acteurs-usagers. Le travail d'Ostrom démontre que les

¹¹ Et qui garantissent, en outre, que les « *taux de soustraction* » n'ont pas un « *impact négatif sur la ressource* » (Ostrom, 2010, p. 66).

différentes modalités d'organisation sociale liées à l'exploitation d'une ressource commune – les institutions – ne sauraient se résumer à un contrôle par l'État ou à une organisation par le marché. C'est sur ce fondement que l'auteure met en avant les modalités de gestion de type auto-organisée dans le cadre d'exploitation de ressources communes (et que nous ne détaillerons pas ici).

Si ce détour par Ostrom avait pour but de souligner les enjeux (institutionnels) de construction et d'entretien d'une ressource, il nous rappelle également que l'auteure a développé son analyse à l'appui d'étude de cas se déployant dans des périmètres relativement restreints et bien circonscrits.

Or, cette dimension spatiale ou géographique revêt une importance particulière pour notre objet d'étude, dans la mesure où les spécificités du territoire sont centrales pour le potentiel de valeur que peut dégager la production d'un vin local.

2.3.6 Les dynamiques de ressource

Examinons maintenant l'articulation des questions de mise en valeur des territoires discutées plus haut avec les modalités institutionnelles spécifiques qui correspondent au développement d'une ressource. Les parcours de développement identifiés apparaissent potentiellement très différents et peuvent aller de la création de valeur à la destruction même de la ressource.

Leïla Kebir (2006) propose une approche institutionnelle et territoriale des ressources pour relever les enjeux que celles-ci entretiennent avec le développement régional, dans un cadre que l'on peut qualifier de processuel ou « *méta-systémique* » en suivant Schweizer (Schweizer, 2011, p. 13). Ici, les objets pouvant « *faire* » ressource semblent illimités, mais surtout le succès de leur mise en valeur dépend des modalités de coordination adoptées par les acteurs.

Dans cette optique, une ressource découle d'une mise en relation entre un objet et un système de production :

« [...] Les ressources constituent un processus relationnel entre un objet (connaissance, matière première, etc.) et un système de production [...]. La relation objet système de production s'établit dès lors qu'une intention de production est projetée sur un objet (connaissance, savoir-faire, minerai, bâtiment, etc.). Entité propre (un château est un château) l'objet devient ressource, c'est-à-dire un intrant mobilisable dans le cadre, par exemple, d'un système de production touristique (un château est un bâtiment remarquable). Dans ce contexte, la ressource est relationnelle, elle ne préexiste pas. C'est un construit situé dans le temps et dans l'espace. » (Kebir, 2006, p. 704)

Un point particulièrement intéressant dans cette approche consiste dans le fait qu'elle met en évidence la potentialité d'une ressource: « *La ressource apparaît donc comme un moyen dont dispose l'homme pour son usage [...] plus*

spécifiquement, il s'agit d'un objet qui, potentiellement, peut servir, être utile dans un processus de production de bien ou de services» (Kebir, 2010, p. 71). Celle-ci n'est donc pas un donné, mais il est également possible de constater le déclin d'une ressource par rapport à un état potentiel plus «*favorable*» en termes des valeurs qu'il serait possible d'en tirer.

En soulignant le caractère construit d'une ressource, l'auteure adopte une conception qui va dans le même sens que celle proposée par Ostrom ou retenue par les tenants du RIR. L'accent porté sur la dimension du construit humain nous invite plus concrètement à analyser les modalités à travers lesquelles les acteurs engagés dans le processus qui fonde la ressource structurent et donnent vie à cette mise en relation. Kebir identifie sur ce point des dimensions spécifiques de coordination qui articulent la relation entre l'objet et le système de production :

« Ce qui importe ici, c'est la manière dont cette relation s'enchaîne, s'organise et coordonne dans le temps et dans l'espace. En tant que processus la ressource met en jeu : une technique, à savoir comment concrètement objet et système de production s'articulent (travaux de rénovation du château, organisation de visites, mise en place de chambres d'hôtes, création d'un hôtel, démarche de qualité ou labellisation, inscription aux circuits touristiques, etc.); un collectif d'acteurs, qui renvoie aux acteurs et à la manière dont ils coordonnent la relation objet/système de production (association de sauvegarde du patrimoine? Acteurs privés, publics? Réseau d'innovation?, etc.); un territoire, qui renvoie à la façon dont la ressource s'inscrit dans le temps et dans l'espace (échelles mises en jeu, provenance des acteurs impliqués, etc.). » (Kebir, 2006, p. 704)

C'est sur la base de ces trois dimensions (technique, collectif d'acteurs et territoire) que l'auteure qualifie quatre dynamiques propres à l'évolution de la ressource, et fournit des éléments explicatifs.

- 1) *Dynamique de croissance renouvelable*: le système de production entraîne positivement l'objet, en organisant sa création, son renouvellement et sa reproduction. Cela implique notamment de ne pas surexploiter la ressource et d'investir pour assurer le renouvellement des ressources nécessaires au fonctionnement du système de production (recherche ou formation par exemple) et à ses débouchés (Kebir, 2006, p. 704). Or, «*l'adaptation continue de la ressource, son maintien, dépend largement de la volonté et de la capacité des acteurs de se structurer afin de perpétuer la dynamique dans un environnement changeant*» (Kebir, 2006, p. 717).
- 2) *Dynamique d'érosion/épuisement*: ici, le système de production entraîne négativement l'objet, lorsque le système de production surexploite la ressource ou n'assure pas son renouvellement. Il s'agit en quelque sorte d'une symétrie inverse de la dynamique de croissance renouvelable. (Kebir, 2006, p. 717).

- 3) *Dynamique de mise en valeur*: ici, c'est au contraire l'évolution de l'objet qui entraîne positivement le système de production, en engendrant des activités productives. (Kebir, 2006, p. 706). Enfin, il s'agit de la constitution du système de production, «*à savoir, de l'organisation, de la formalisation des relations entre les acteurs de la production, d'une part, et de la constitution du produit et de la stabilisation du marché d'autre part*» (Kebir, 2006, p. 718).
- 4) *Dynamique de pénurie*: lorsque l'objet entraîne négativement la ressource ou que sa disponibilité se voit tellement réduite qu'elle inhibe la production de la ressource (Kebir, 2006, p. 706).

Parmi les trois dimensions en jeu dans ces quatre dynamiques de ressource (technique, collectif d'acteurs et territoire), la seconde, qui correspond aux modalités d'organisation ou modes de coordination des acteurs, renvoie aux choix institutionnels retenus par les acteurs. Les dimensions techniques et celle relative au territoire recourent quant à elles les enjeux que traitent les auteurs discutés plus haut.

Kebir suggère qu'en ce qui concerne les choix institutionnels, des modes de coordination privilégiés apparaissent en fonction de la façon dont s'articulent objet et système de production :

« Les acteurs engagés dans la dynamique des ressources analysées ont montré des formes d'organisation et de gestion de l'incertitude différenciées. Hiérarchie, réseau, marché, coordination mixte, participent tous de la dynamique des ressources. Cependant, l'analyse suggère l'existence d'un mode de coordination dominant selon que l'on se trouve dans telle ou telle dynamique. » (2006, p. 710)

Un des principaux enseignements de ces recherches tient au fait qu'il existe une relation entre le mode d'organisation qu'adoptent les acteurs et la dynamique propre à la ressource, toutes choses étant égales par ailleurs. En outre, Kebir identifie des modes de coopération qui se succèdent ou se superposent au fil de l'évolution de la dynamique des ressources. Elle relève ainsi qu'une coordination mixte hiérarchie/réseau est observée dans des cas de dynamique de croissance continue. Que des cas d'épuisement/obsolescence sont liés à une coordination uniquement hiérarchique, ou encore que c'est une coordination par le réseau qui correspond aux cas de dynamique de mise en valeur (Kebir, 2006, p. 711-712).

Cette typologie n'est cependant que partiellement satisfaisante dans la mesure où l'auteure ne détaille pas les critères propres à chaque mode de coordination; elle se borne à qualifier, dans chaque cas, les modalités de coordination observées et qui correspondent à une ou plusieurs des quatre formes de dynamiques. Malgré les limites de systématisation de cette typologie, nous retenons de cette grille de lecture que les ressources, abordées

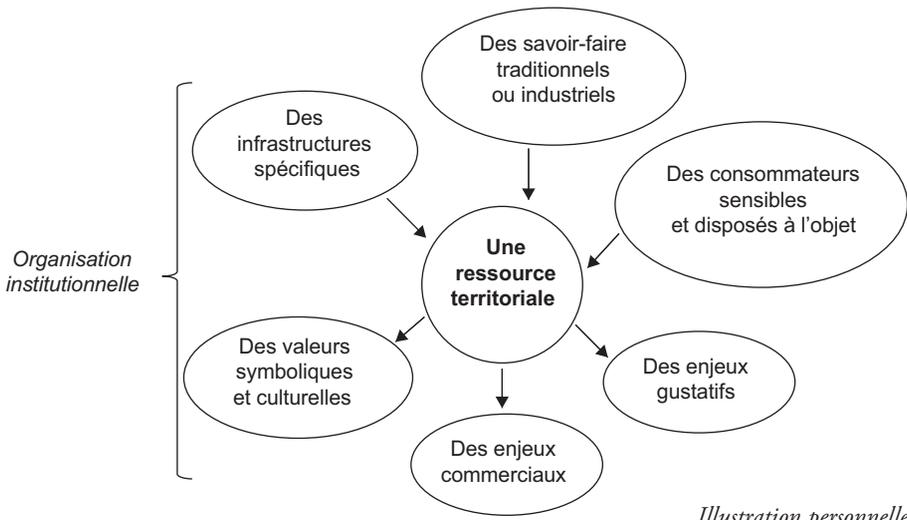
en termes de processus, s'inscrivent dans une certaine dynamique, et que le type de dynamique associé à une certaine ressource entretient une relation avec le mode de coordination des acteurs.

Pour renforcer ce constat, Kebir conclut que « *les dynamiques de ressources ne dépendent ni de la nature des objets (matériels, immatériels), ni de la nature des activités du système de production (industrie, service). Elles dépendent de la manière dont l'une et l'autre s'articulent* » (2006, p. 715). Et ce sont bien les dimensions « *socio-institutionnelles* », c'est-à-dire les arrangements institutionnels, qui tiennent le rôle principal dans cette articulation (Kebir, 2006, p. 707).

Les apports spécifiques de Kebir sont utiles pour conclure les diverses analyses présentées jusqu'ici dans la mesure où cette auteure permet un certain degré de montée en généralité – par les typologies de dynamiques de ressource qu'elle propose et par la relation fondamentale, même encore imprécise, qu'elle identifie entre les formes de coordination des acteurs et ces mêmes dynamiques. Kebir fait clairement écho aux différents aspects (culturels, identitaires, politiques, économiques, territoriaux, etc.) qui sont propres à notre objet d'étude et qui ont été mis en évidence dans les sections précédentes. La lecture méta-systémique, qui considère la ressource comme un processus, permet en effet d'inclure à la fois les questions liées à l'importance du goût du produit et celles relatives à la construction de l'AOC ou encore à la distribution de la valeur dégagée par la ressource.

2.4 LES RÉGIMES INSTITUTIONNELS DE RESSOURCE

Les travaux présentés jusqu'ici ont comme point commun général leur convergence vers la notion de ressource. De plus, parmi la diversité des enjeux qu'ils soulèvent et qui sont liés à la mise en valeur de patrimoines, de territoires et des activités qui s'y développent ou plus spécifiquement de produits agricoles, trois grandes catégories d'enjeux se détachent. La première renvoie aux valeurs symboliques ou culturelles, la seconde aux questions de goût (dans le cas des produits alimentaires, bien sûr) et la troisième aux enjeux commerciaux. En outre, l'ensemble des recherches consultées met régulièrement (mais rarement simultanément au sein d'une même recherche) l'accent sur trois dimensions sur lesquelles s'articulent les objets étudiés : l'usage d'éléments physiques et matériels (des infrastructures régionales/locales, une variété ou une race, un type de climat, etc.), la mobilisation d'un savoir-faire particulier (traditionnel ou industriel) et le rapport qu'entretiennent les objets avec un marché composé de consommateurs plus ou moins disposés (*i. e.* sensibles) à l'intérêt de l'objet mis en valeur. Enfin, un dernier enseignement transversal est celui de l'importance du rôle accordé à l'organisation institutionnelle qui structure les relations entre ces six groupes d'enjeux.

Figure 1 Synthèse des groupes d'enjeux en amont et en aval de la ressource

La Figure 1 expose les premiers jalons de la conception de ressource que nous entendons développer dans cet ouvrage. Les six groupes d'éléments conceptuels qu'elle fait apparaître et le rôle accordé à leur organisation institutionnelle se prêtent parfaitement à une lecture à l'aune du modèle des Régimes institutionnels de ressource (RIR) (Gerber *et al.*, 2009; Knoepfel *et al.*, 2001, 2003) et, notamment, de son application à une ressource territoriale par excellence : le paysage (Gerber, 2006).

2.4.1 Fondements de l'analyse des ressources naturelles

Notre approche de l'évolution de la vitiviniculture s'appuie sur une série de travaux menés dans le prolongement de l'économie néo-institutionnelle (Bromley, 1989, 1991, 1992; North, 1992, 1994) et de l'analyse des ressources communes (Hess & Ostrom, 2003; Ostrom, 2000, 2010; Ostrom *et al.*, 1994; Schlager & Ostrom, 1992). Elle se concrétise dans l'étude des ressources naturelles telles que l'eau, le sol, la forêt, ou l'air (Gerber *et al.*, 2009; Knoepfel *et al.*, 2001, 2003), immatérielles, comme le paysage, ou l'information (Gerber, 2006; Olgiati, 2011) ou encore manufacturées, telles que le logement (Nicol, 2009; Nicol & Knoepfel, 2008) ou les infrastructures de réseau (Bréthaut, 2011; Csikos, 2010). Il s'agit d'un cadre analytique dit des RIR.

Les divers travaux qui ont convergé vers le cadre des RIR ont en commun d'analyser les conditions institutionnelles qui règlent l'accès aux fruits (biens et services)¹² fournis par une ressource ou, autrement dit, qui structurent les

¹² À titre d'exemple, la ressource eau constituée par un lac peut procurer des biens alimentaires sous forme d'eau potable, de poissons ou de gibier venant s'y désaltérer, ainsi que des services

droits d'usage de ces biens et services. La préoccupation empirique ayant mené au développement du cadre conceptuel qui sous-tend ces analyses renvoie à la question de la surexploitation des ressources naturelles. La démarche adoptée avait alors pour but de rendre compte des éléments institutionnels susceptibles d'engendrer une gestion durable de la ressource ou, au contraire, défavorables à cette dernière. La question de la durabilité de la ressource analysée est, depuis lors, placée au cœur de l'analyse et y figure comme variable dépendante.

2.4.2 De la durabilité de la ressource au régime institutionnel

Les auteurs dans le prolongement desquels nous nous inscrivons adoptent une perspective dite « forte » de la durabilité (Schweizer, 2011, p. 20). Celle-ci implique que les usages qui sont faits de la ressource (biens et services) ne sont considérés comme durables que si la capacité de reproduction de la ressource elle-même est garantie. Cette posture analytique se distingue d'autres approches par une certaine radicalité et cohérence globale, contrairement à la conception classique du développement durable (CMED, 1988) qui vise un « simple » équilibre entre les aspects économiques, sociaux et environnementaux liés à l'exploitation des ressources naturelles. En effet, l'approche par les RIR se concentre sur la durabilité des systèmes de ressource et non pas sur le développement durable¹³. Elle postule que la durabilité écologique d'une ressource est une condition nécessaire à l'exploitation possible, et potentiellement durable, de ses fruits (Knoepfel, 2007, p. 464). Ainsi :

« [...] *L'exploitation d'une ressource est qualifiée théoriquement de durable aussi longtemps que la consommation des biens et services dérivés de la ressource (soit des unités de celle-ci) correspond parfaitement à la quantité de fruits auto-produits par le stock.* » (Knoepfel et al., 2001, p. 187)

Dans cette logique, les auteurs soutiennent que, en situation de surexploitation (la plus courante, bien qu'une sous-exploitation soit possible, notamment dans le cas de la forêt ou encore des ressources cynégétiques), les régulateurs établissent un quota global des prélèvements à un niveau tel que la capacité de reproduction de la ressource n'est pas menacée. Ce quota est ensuite distribué pour les différents usages et alloué sous forme de quota individuel (droit d'usage) entre les différents groupes d'usagers (Knoepfel & Nahrath, 2005, p. 210). L'ensemble de ces

d'absorption de déchets, de dilution de polluants ou encore de support pour des activités économiques ou récréatives (pompage de l'eau pour irrigation, sports nautiques, etc.).

¹³ Nous ne discutons pas ici la somme des controverses soulevées par les diverses définitions du développement durable, et ce depuis la publication du rapport Brundtland en 1987, dans la mesure où cette discussion n'a pas d'intérêt pour notre objet d'étude. Pour un aperçu du débat et notamment des discussions autour de la question de la durabilité forte ou faible, se référer à Schweizer (2011, p. 19-22), ou encore aux travaux de l'Office fédéral du développement territorial (2014) pour un accent sur la durabilité sociale.

régulations, mises en place autour de l'exploitation d'une ressource, constitue ce que les auteurs appellent un Régime institutionnel des ressources naturelles (RIRN) (Gerber *et al.*, 2009; Knoepfel, 2007, p. 465). Knoepfel définit l'approche de la façon suivante: «[...] *We present a new reading of the empirical world based on the concept of institutional regime for natural resources [...], a concept that takes into account the property, disposal and use rights of actors who use these resources along with the public policy that govern their behavior*» (2007, p. 456). Il précise plus loin qu'il s'agit de prendre en considération toutes les règles institutionnelles qui influencent le comportement des usagers d'une ressource (2007, p. 460).

2.4.3 Structure de l'analyse par les RIR

La question des règles institutionnelles est abordée de façon large, afin d'inclure également les règles informelles qui orientent le comportement des acteurs. Le cadre conceptuel proposé par les RIR vise ainsi à appréhender l'ensemble des formes de régulation, qu'elles soient formelles, informelles, institutionnalisées ou en train de le devenir. Cette optique doit permettre de mettre en évidence les enjeux liés aux droits d'usage sur les fruits de la ressource, à leur définition, leur attribution et leur redistribution (Knoepfel, 2007, p. 469).

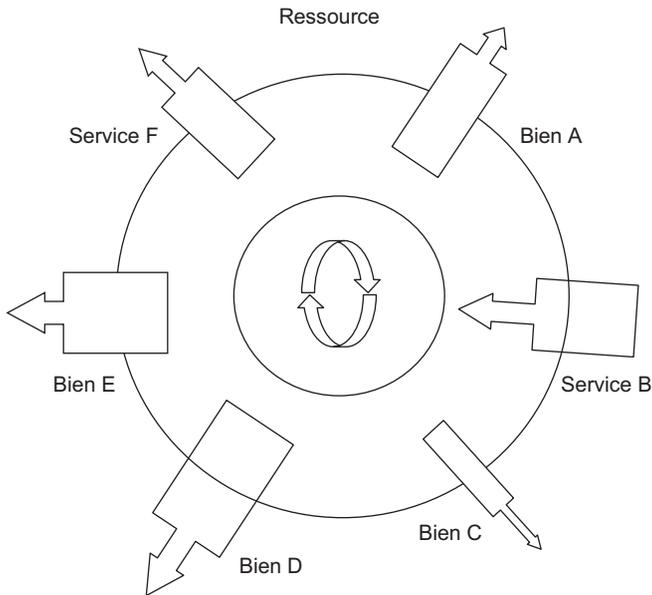
Un construit social

Une première précision que les auteurs apportent rend attentif à la perspective anthropocentrée qu'ils adoptent en choisissant de définir la ressource par les usages qui en sont faits. Varone souligne à ce sujet que :

«[La définition d'une ressource] dépend des perceptions socioculturelles et des comportements socio-économiques d'une collectivité. Ainsi, nous pouvons sans autre parler d'une véritable construction sociale des ressources naturelles. Cette dimension cognitive nous semble assez évidente pour la ressource paysage, réalité subjective compte tenu de ses dimensions culturelle, esthétique et symbolique. Elle est peut-être moins – directement – perceptible pour les réalités a priori mieux objectivables comme le sol, l'eau ou la forêt [...].

*En fait, est perçu individuellement et collectivement, puis reconnu politiquement comme une ressource naturelle ce que ses divers appropriateurs et utilisateurs finaux considèrent comme les biens et les services, dérivés de ladite ressource, qui contribuent à la satisfaction de leurs besoins [...]. Corollairement, la définition d'une ressource naturelle varie de manière tout à fait significative dans le temps (par exemple entre générations) et dans l'espace (par exemple entre régions), en fonction des différentes attentes sociales – c'est-à-dire de la demande de certains biens et services – qui y sont articulées.» (Knoepfel *et al.*, 2001, p. 185)*

Cette posture reconnaît et met en avant le caractère contingent et évolutif de ce qui peut être considéré comme une ressource. Surtout, «l'entrée» par

Figure 2 Biens et services prélevés sur une ressource

Adapté de Knoepfel et al. (2003, p. 7)

les usages qui en sont faits souligne l'intérêt d'étudier l'évolution de leur importance relative, autant dans le temps que dans l'espace ainsi que les modalités de leur régulation. Ce qui correspond aux questions de recherche présentées plus haut.

Par conséquent, une des spécificités de la lecture par les RIR tient à ce qu'elle implique de prendre en considération toutes les règles influençant l'usage d'une ressource et cela aussi bien au sein des politiques publiques que du système régulateur, ce dernier renvoyant à l'ensemble des droits de propriété, de disposition et d'usage.

Droits de propriété

Gerber (2006, p. 116-117) détaille ce à quoi renvoient les trois différentes modalités du système régulateur que sont la propriété, la disposition et l'usage.

En Suisse, les droits de propriété formelle sont définis dans le Code civil depuis 1912 et leur conception s'appuie sur deux caractéristiques.

Premièrement, la relation de propriété ne peut porter que sur une chose, donc sur un objet matériel. L'auteur précise que la propriété intellectuelle suit la même logique dans la mesure où elle porte sur un processus de production intellectuelle et non pas sur des objets abstraits (Gerber, 2006, p. 116). Cette logique exclut la possibilité d'une propriété sur des savoir-faire, sur un paysage ou sur une certaine forme de tradition par exemple.

Deuxièmement, le droit suisse ne reconnaît que la propriété privée. Celle-ci permet au propriétaire d'une chose d'en disposer librement dans les limites de la loi, selon les termes de l'article 641 du Code civil. La libre disposition d'un bien implique, par ailleurs, que son propriétaire peut décider de son aliénation ou même de sa destruction (Aubin *et al.*, 2004, p. 14). Cette seconde remarque implique que les choses définies comme propriété de l'État, à quelque niveau territorial que ce soit, relèvent également de la propriété privée.

La seconde modalité des droits considérés dans le cadre du système régulateur, consiste en des droits de disposition. Ceux-ci renvoient aux modalités de transfert des titres de propriété, soit le fait de louer, de vendre, d'hypothéquer, de donner ou de transmettre par héritage. Cette modalité se distingue du droit de propriété formelle par les restrictions qui peuvent la limiter (morcellement, droit de préemption, etc.).

Enfin, les droits d'usage correspondent à la concrétisation matérielle et spécifique de la propriété formelle. Ils découlent des modalités concrètes par lesquelles les acteurs utilisent les biens ou les services procurés par une ressource. Les droits d'usage sont définis dans le cadre du droit privé, mais également dans celui du droit public, par le biais des politiques publiques (voir ainsi Nahrath, 2003). Si celles-ci spécifient parfois les limites du droit de propriété absolu, elles permettent surtout de définir des droits d'usage hors du cadre de la propriété formelle, c'est-à-dire avant tout dans des cas où le régime de propriété formelle ne peut pas être appliqué, comme pour le paysage (Gerber, 2006, p. 117).

Politiques publiques

Parallèlement à l'analyse du système régulateur, le second aspect du cadre des RIR porte sur l'analyse de ce que les politologues nomment le « *policy design* », c'est-à-dire l'ensemble des politiques publiques qui encadrent les usages de la ressource. Cette analyse s'appuie sur les différents éléments constitutifs d'une politique publique, présentés rapidement ici et développés en détail par Knoepfel *et al.* (2006). Il s'agit tout d'abord de la définition du problème public, laquelle fixe les objectifs que les pouvoirs publics souhaitent atteindre. Cette définition est susceptible d'évoluer en fonction des périodes temporelles étudiées et des rapports de forces politiques prévalants. Ensuite, ce sont les hypothèses causales (quel comportement, de la part de quel(s) acteur(s), crée-t-il le problème?) et d'intervention (sur quel(s) acteur(s) agir en cherchant à modifier quel aspect de son comportement et par quel moyen?) au fondement de l'intervention publique qui sont identifiées.

Ainsi, le modèle de causalité d'une politique publique évolue en parallèle à la définition du problème public, c'est-à-dire que le modèle causal, qui définit les sources du problème, les comportements d'acteurs qu'il convient de modifier et les modes d'intervention censés provoquer ces changements de comportement,

identifie certains groupes cibles et bénéficiaires de l'action publique. Ces deux groupes d'acteurs, antagonistes au niveau théorique, constituent le troisième élément du *policy design*: les bénéficiaires finaux des mesures ainsi que les acteurs à la base du problème et ciblés par les mesures d'intervention sont identifiés précisément.

Enfin, l'analyse met en évidence le type d'instruments auxquels la politique publique recourt (restrictif, incitatif, etc.). Le choix d'un certain instrument est fréquemment révélateur de la reconnaissance politique du problème, ainsi d'un côté une campagne de sensibilisation et de l'autre une législation nouvelle qui proscrit formellement certaines pratiques. L'arrangement politico-administratif définit quant à lui la répartition de compétences pour la mise en œuvre des mesures. Le plan d'action qui le suit fixe les priorités temporelles et géographiques de mise en œuvre. Puis les *outputs*, ou actes de mise en œuvre, concrétisent la politique publique par toutes les activités et décisions administratives d'application (Knoepfel, 2007, p. 126). Enfin, il s'agit de rendre compte des *outcomes*, c'est-à-dire de l'effet que les mesures individuelles et concrètes déploient sur le terrain. Cela correspond aux travaux menés dans le but d'évaluer l'effectivité et l'efficacité des politiques publiques (Knoepfel, 2007, p. 476), qui peuvent être réalisés, selon les cas, par un service de l'administration dévolu uniquement à cette tâche ou sur mandat.

Compléments à l'analyse des politiques publiques et à l'économie néo-institutionnelle

L'intérêt de l'approche combinée du RIR est multiple (les contreparties qui nuancent ces avantages seront présentées plus loin). Tout d'abord, le cadre conceptuel des RIR permet de dépasser les limites de l'analyse des politiques publiques, environnementales notamment. Les tenants du RIR soulignent à ce propos que les analyses de politiques publiques environnementales sont en règle générale centrées sur les mesures de protection d'une certaine ressource, alors que parallèlement un nombre croissant de politiques publiques non environnementales (politiques d'exploitation) exerce un impact majeur sur l'état de certaines ressources, en attribuant notamment des droits d'usage (de prélèvement des fruits) sur celles-ci (Gerber *et al.*, 2009, p. 801).

Cette approche permet également de combiner les apports d'une longue tradition centrée sur la théorie des droits de propriété et sur les diverses organisations institutionnelles qu'ils revêtent.

L'économie néo-institutionnelle, depuis les travaux fondateurs des économistes Pigou et Coase portant sur la définition des droits de propriété et leurs échanges entre acteurs, puis ceux de North (1990, 1992) sur les mécanismes institutionnels d'allocation de ressources limitées, a jeté les bases d'une mise en perspective des régimes de propriété face à l'usage et à la protection de ressources naturelles. Bromley (1989), qui a largement contribué au débat concernant les

contraintes institutionnelles inhérentes à certaines définitions de la propriété et à leurs implications pour les politiques publiques, considère que la propriété consiste en un flux de bénéfices: « [...] *it is essential to understand that property is not an object such as land, but rather is a right to a benefit stream that is only as secure as the duty of all others to respect the conditions that protect that stream* » (Bromley, 1991, p. 22). Ces discussions sur l'organisation de la propriété ont prolongé les controverses, souvent profondément normatives, qui portent sur le régime de propriété censément le plus efficace pour éviter la destruction de ressources exploitées. En effet, selon une tradition libérale classique, dans la ligne de l'argumentation défendue par Coase pour lequel l'institution de la propriété privée – dans la mesure où les titres sont définis de façon parfaitement claire pour un maximum de biens – est la mieux à même de garantir une exploitation optimale des ressources, Garrett Hardin (1968) a marqué la communauté scientifique en soutenant la thèse de l'issue forcément tragique du modèle de la propriété commune (« *tragedy of the commons* »). La démonstration, qui aboutit à la conclusion que seuls les modèles du Léviathan (contrôle par l'État) et de la main invisible (propriété privée) sont viables, avec une forte préférence pour la seconde, a été reprise autant qu'elle a été critiquée, certains auteurs retournant même l'argument en parlant au contraire de « *tragedy of the commodity* » (Longo & Clausen, 2011). Les principales critiques ont porté précisément sur l'absence de considération par Hardin des aspects institutionnels régulant l'usage collectif d'une ressource (National Research Council, 2002; Ostrom, 1999), ce qui a conduit l'auteur à faire naître une confusion entre l'usage d'une ressource exploitée en commun (*common pool*) et une situation de « libre accès » dépourvue de règles et de restrictions d'usage. Un travail analytique plus fin a par la suite permis d'établir une typologie des régimes de propriété (Bromley, 1991; Ostrom, 2010), distinguant la propriété i) privée, ii) commune, iii) d'État et, enfin, iv) l'absence de règles de propriété.

C'est sur cette typologie des régimes de propriété que Schlager & Ostrom (1992) ont développé l'analyse des différents types de droits d'usage exercés par les usagers de ressources communes, avec pour exemple l'organisation de pêcheries. Les auteurs mettent en évidence quatre positions d'usagers distinctes, en fonction de leur accès aux fruits de la ressource et de leur possibilité de participation (ou non) aux choix portant sur la gestion, les modalités d'exclusion et l'aliénation éventuelle de la ressource. Par degré décroissant de pouvoir sur la ressource, il s'agit i) du propriétaire formel, ii) du propriétaire concessionnaire, iii) de l'usager gestionnaire et iv) du simple usager (Schlager & Ostrom, 1992, p. 252). Ce faisant, les auteurs mettent en évidence qu'il existe de multiples situations institutionnelles, comme dans certaines exploitations de ressources communes, dans lesquelles des usagers n'étant pas formellement propriétaires de la ressource réalisent toutefois des investissements à long terme pour l'amélioration du système de ressource (Schlager & Ostrom, 1992, p. 249). Ces enseignements vont bien entendu à l'encontre des prévisions trop réductrices faites sur la base de modèles ne reconnaissant que deux types de régime de

propriété – publique ou privée – dans la suite logique du raisonnement sur la tragédie des communs.

Retenons que ces recherches mettent en évidence la diversité et l'importance des régimes de propriété – notamment les possibilités d'auto-organisation entre l'État et le marché – c'est-à-dire de l'organisation institutionnelle des usages d'une ressource.

C'est sur cette base que les chercheurs, en élaborant le cadre des RIR, ont complété les enseignements de l'analyse des politiques publiques, par la prise en considération systématique des droits d'usage accordés aux acteurs par le biais du système régulateur. Cette perspective plus complète ayant surtout pour ambition de rendre compte des conflits (entre différents droits) d'usage et des modalités de leur résolution.

Postulats du cadre des RIR

En ajustant ce modèle d'analyse à la préoccupation de l'absence d'une gestion durable des ressources naturelles, absence reconnue comme problème public et traduite au niveau constitutionnel par l'injonction de préserver la capacité de renouvellement de la nature (art. 73, Cst), le cadre des RIR s'appuie sur trois propositions centrales. Celles-ci structurent l'étude des trois dimensions que constituent les ressources, les acteurs et les institutions, et sont résumées par Gerber *et al.* (2009, p. 803) :

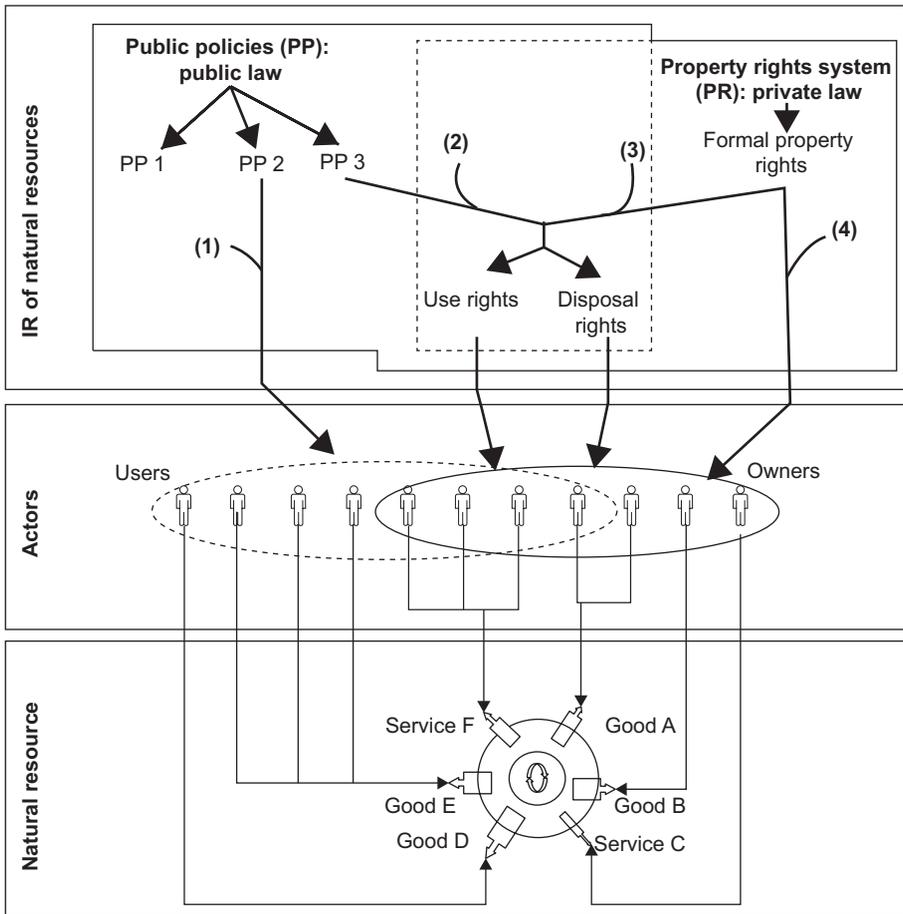
« Resource users can obtain use rights in terms of access to benefit streams through the acquisition of property rights or through the advantages bestowed by specific policy implementation acts (policy outputs) that allow the use of certain goods and/or services of a given resource at a given time [...]. »

« A right can only be considered as such if institutions exist that protect its holder against other users that are potentially interested in the same “benefit stream”. »

« Together with other explanatory variables (values and social norms), the IRR [institutional resource regime] has a direct influence on the condition of the resource in defining the range of authorized actions that the holder of rights can undertake in terms of the use of goods and services provided by a resource. Thus, the IRR framework postulates a causal relationship between the IRR and the sustainability of the resource system. »

Il convient de souligner ici que l'intérêt de prendre en considération les usages garantis dans le cadre du système régulateur (droits de propriété) et de les imbriquer dans ceux accordés ou proscrits par les politiques publiques découle du constat empirique selon lequel la propriété privée, et foncière par-dessus tout, constitue un droit d'usage extrêmement solide. Lorsque les droits qui découlent de la propriété privée sont opposés à des usages concurrents accordés par des politiques publiques dans le cadre d'un arbitrage juridique (par exemple pour concrétiser la garantie d'accès public aux rives des lacs suisses, une rivalité

Figure 3 Synthèse des relations entre les droits attribués par les politiques publiques, le système réglementatif, leur impact sur le comportement des acteurs-usagers, puis l'état final de la ressource



Source Gerber et al., 2009.

souvent médiatisée)¹⁴, c'est souvent la préservation de la propriété privée qui s'impose. Knoepfel souligne à ce propos :

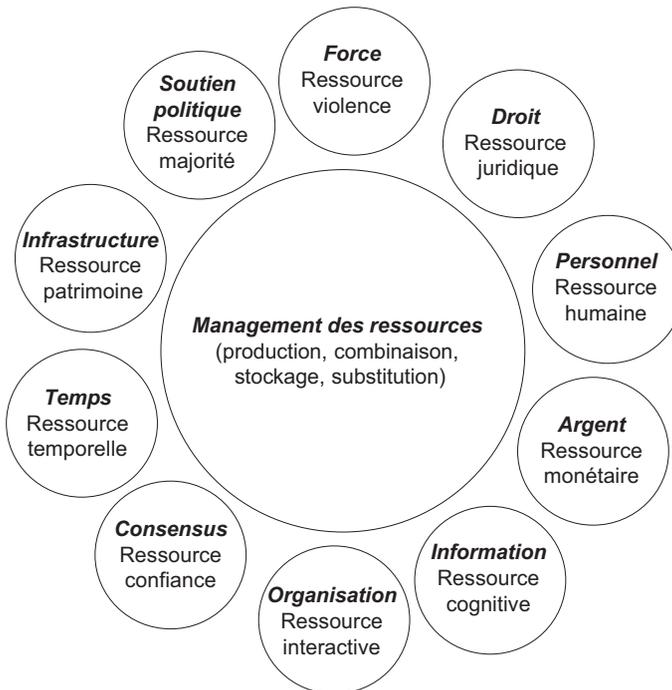
« [...] Only the future will show us the scope and acuity of the real problems involved in the application of such integrated regulations, problems that reside in the regulatory system founded on the guarantee of private and/or exclusive property which is strongly rooted in political and legal institutions and in Swiss political mores. » (2007, p. 498)

¹⁴ Voir par exemple <https://www.rts.ch/info/suisse/6940648-projet-d-initiative-federale-pour-liberer-l-acces-aux-rives-des-lacs-suissees.html>.

Ce point permet, à notre sens, de problématiser davantage l'analyse de l'action de l'État, en mettant en relief de manière plus saillante quels groupes d'acteurs (en l'occurrence les propriétaires) parviennent à sécuriser la valeur qu'ils retirent d'une ressource.

Par ailleurs, les enseignements tirés des travaux en analyse des politiques publiques amènent les chercheurs à porter un regard attentif aux modalités d'actions des différents groupes d'acteurs engagés dans l'exploitation d'une ressource. Knoepfel *et al.* (2006) ont ainsi mis en évidence l'intérêt heuristique de systématiser l'analyse en catégorisant les différents types de ressources d'action que les différents (groupes d') acteurs-usagers parviennent (ou non) à produire et à mobiliser pour sécuriser leurs intérêts. Ils retiennent dix ressources comme étant les plus décisives, à savoir : la force, le droit, le personnel, l'argent, l'information, l'organisation, le consensus, le temps, l'infrastructure et enfin le soutien politique (voir Figure 4). Si certaines de ces ressources sont (potentiellement) accessibles à tous les acteurs, l'intérêt consiste justement à identifier la répartition de ces ressources entre (groupes d') acteurs-usagers (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 70-71), afin de problématiser leur action et notamment de la mettre en perspective en termes stratégiques.

Figure 4 Ressource d'action des acteurs d'une politique publique



Adapté de Knoepfel et al. (2006, p. 71)

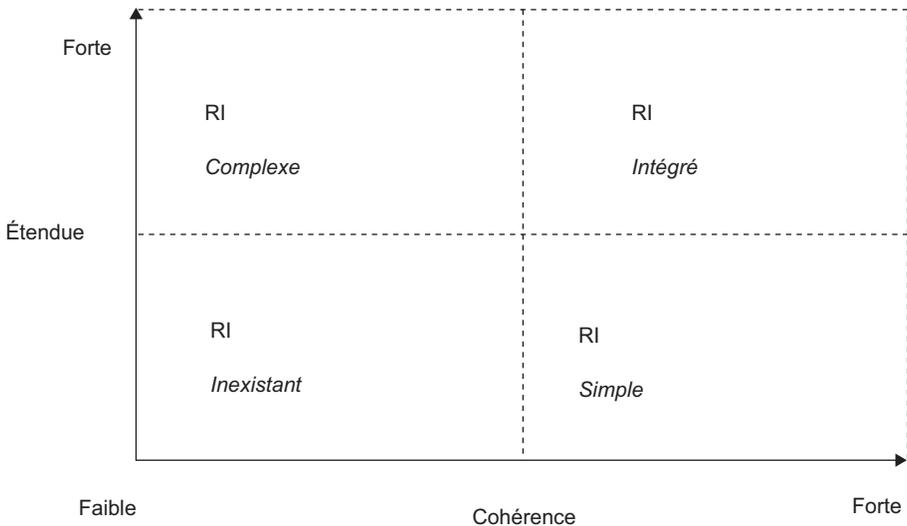
Dimensions du régime institutionnel

Sur le plan opérationnel, le modèle développe deux dimensions principales¹⁵ pour caractériser en termes de variable indépendante le régime institutionnel (RI) d'une certaine ressource à un certain moment : l'étendue et la cohérence (Figure 5). Tout d'abord, l'analyse identifie les différents biens et services procurés par la ressource ainsi que les acteurs-usagers qui les prélèvent. Puis il s'agit de déterminer :

1. La mesure dans laquelle les différents biens et services sont régulés, c'est-à-dire si une règle encadre leur prélèvement, par le biais d'une politique publique ou du système régulateur. On parle alors de l'étendue du régime.
2. Le niveau de connexion entre les différentes mesures de régulation, au sein respectivement du système régulateur et des politiques publiques concernées. On recherche alors l'éventuelle contradiction entre différentes dispositions du régime, qu'on qualifie par un certain niveau de cohérence.

Sur la base de ces deux dimensions, le modèle d'analyse évalue le caractère plus ou moins durable de l'exploitation et de la gestion d'une certaine ressource, qui constitue la variable dépendante. Comme indiqué plus haut, les auteurs postulent qu'il existe une relation causale positive entre le niveau d'étendue ainsi que le niveau de cohérence du RI et la qualité de la gestion de la ressource. Il en découle une typologie des RI potentiels qui prend la forme d'un tableau à double entrée.

Figure 5 Typologie du régime institutionnel (RI) selon son étendue et de sa cohérence



Tiré de Knoepfel et al., (2001, p. 38)

¹⁵ Pour une présentation détaillée de ces deux dimensions, voir Knoepfel, 2007 ou Gerber *et al.*, 2009.

Pour résumer la logique de ce tableau, un régime considéré comme intégré correspond à un idéaltype de gestion durable de la ressource analysée, situation dans laquelle l'ensemble des rivalités sont régulées par une attribution complète et une distribution cohérente des droits d'usage.

Droits d'usage et rivalités

Nous avons montré que le cadre des RIR explore principalement la manière dont des droits d'usage, ou « droits d'accès », à la ressource sont mis en place. Les conflits politiques et économiques surgissant entre acteurs-usagers autour (de la distribution) de ces droits y sont interprétés en termes de rivalités. La notion de rivalité renvoie à la position potentiellement conflictuelle que les usagers d'une ressource occupent pour l'accès aux biens ou services procurés par cette dernière. Elle correspond au fait que le prélèvement d'une unité de bien ou de service par un usager se fait au détriment d'un autre usager, c'est-à-dire que l'usage de l'un entrave ou compromet l'usage de l'autre. Dans le cas de ressources communes, il s'agit de « soustraitabilité » (Ostrom *et al.*, 1994, p. 6-8).

Un grand nombre de rapports sociaux entre les acteurs d'un même système ressourciel peuvent être analysés au prisme des rivalités portant sur le partage des usages de la ressource. Rivalité ne signifie toutefois pas toujours conflit ou rivalité sauvage : la régulation peut favoriser une gestion des rivalités permettant précisément de résoudre un conflit en stabilisant les rivalités (Aubin, 2007, p. 58). En faisant référence à la Figure 5, le cas (idéal-typique) d'un RI intégré correspond à une situation où toutes les rivalités sont stabilisées. À l'inverse, dans un régime inexistant, les rivalités d'usage s'exacerbent, laissant libre champ à l'exercice de la loi du plus fort (ce qui correspond à une rivalité sauvage) pour « réguler » l'accès aux fruits de la ressource.

2.4.4 Limites des RIR

Le modèle des RIR présente certaines limites. La question de la normativité est celle qui pose selon nous le problème principal, et en partie transversal, pour l'utilisation du modèle des RIR. C'est dans cette même perspective qu'il convient d'examiner la question des quotas, puis celle de la durabilité. Cette discussion conduit enfin, en filigrane, à notre position quant à la distinction, que nous tenons à clarifier, entre la vision de l'analyste qui utilise le cadre des RIR et celle, politique, que portent les acteurs. L'ensemble de ces critiques justifie finalement le fait que cette recherche sur les appellations viticoles, même si elle s'appuie sur les outils du RIR, ne pose aucune question en termes de durabilité.

La confusion normative

La limite principale à la lecture proposée par le cadre des RIR porte sur la confusion qu'elle engendre quant au statut analytique ou, au contraire,

prescriptif du cadre d'analyse qui apparaît empreint d'une normativité dirigée vers l'idéal d'une gestion durable des ressources naturelles. Gerber (2006, p. 115) souligne cette double posture et indique que les principaux auteurs à la base de cette approche ont toujours mobilisé les deux registres pour mettre en avant autant sa plus-value analytique que son potentiel en tant qu'instrument de transformation des politiques publiques, et par conséquent son caractère normatif. Toutefois, l'auteur n'est que partiellement convaincant lorsqu'il souligne la possibilité de dissocier les deux termes de la confusion : « *Cette double dimension du cadre d'analyse n'est un problème que si les deux répertoires sont mélangés indistinctement au sein d'un même discours, [c'est-à-dire] s'il n'est pas précisé dans quel sens celui-ci est utilisé* » (Gerber, 2006, p. 115). Il nous semble au contraire que cette confusion est intrinsèque au développement du modèle, quel qu'en soit le registre d'usage, analytique ou normatif.

Le point sur les quotas

Une part de cette confusion peut être illustrée à travers la question des quotas. Nous avons montré plus haut que la fixation d'un quota global définissant les fruits de ressource qu'il est acceptable de prélever constitue la première opération du processus aboutissant à la régulation des droits d'usage sur les fruits de la ressource. L'ensemble de cette régulation forme alors le RIR observé par l'analyste, dont Knoepfel souligne qu'il constitue « [...] *a central political issue* [...] » (Knoepfel, 2007, p. 465). Deux ans plus tôt, le caractère essentiellement politique de la fixation de tels quotas avait déjà été développé par Knoepfel et Nahrath dans des termes quasiment identiques. Un extrait étendu recoupe les préoccupations des auteurs quant aux limites de l'analyse classique des politiques publiques et les nôtres quant à la confusion normative qui entoure le modèle qu'ils proposent :

« Nous prétendons que pour mettre en œuvre le principe du développement durable [...] il ne suffit pas de formuler, au travers uniquement de politiques publiques, des régulations individualisées et spécifiques propres à chacun des biens et services en question. Un regard sur la genèse des modalités de régulation politique montre au contraire que l'action publique censée garantir ou rétablir la capacité de reproduction du stock des ressources en question doit également porter sur l'ensemble des unités de ressource (les "fruits") considérées comme pouvant être prélevées dans un temps et un espace donnés. [Cela] devrait être fait [...] en fixant un quota global de prélèvement admissible pour l'ensemble de la ressource. [...] La définition d'un tel quota constitue, on s'en doute, un enjeu politique central dans la mesure où il exprime la conception de la durabilité (forte, faible, etc.) retenue par une société donnée. Dans un deuxième temps, ce quota global doit être réparti entre les différents usages (biens et services) rivaux [et cela], dans l'idéal, en fonction des principes de durabilité sociale et économique. Finalement, dans un troisième temps, le quota d'unités de ressources attribué à un bien ou

un service spécifique doit encore être réparti entre les différents groupes d'utilisateurs, dans l'idéal également selon les mêmes principes de la durabilité sociale et économique.

Il est évident que de telles réglementations ont tendance à se mettre en place là où le besoin se fait sentir et [cela] historiquement déjà bien avant l'arrivée du débat sur la durabilité [...]. Elles constituent, dans leur ensemble, ce que nous appellerons un régime institutionnel de ressources naturelles [...]. Ces réglementations sont donc en premier lieu des réalités empiriques observables, plus ou moins adéquates sous l'angle "normatif" des postulats de la durabilité.» (2005, p. 212-213)

Contrairement à ce que postule l'enchaînement du dernier paragraphe cité ci-dessus, nous pensons qu'il ne va pas de soi que les acteurs publics adoptent une perspective les menant à définir un quota global et à le mettre en relation avec la distribution de droits d'usage individuels orientés vers la durabilité. Le conditionnel utilisé dans la citation qui précède (« *Cela devrait être fait...* ») indique que la mise en place de tels quotas relève du fonctionnement souhaité (par les auteurs) de la régulation des ressources.

En outre, au niveau opérationnel des analyses du RIR, l'élément des quotas, pourtant au centre de la relation avec la durabilité de l'exploitation de ressources, est mis au second plan, au profit de l'analyse de l'étendue et de la cohérence du régime. En revanche, dans les synthèses les plus récentes du modèle des RIR, l'articulation de la durabilité avec la définition d'un quota global reste centrale. À titre d'exemple Gerber *et al.* résumant cette relation en indiquant que « *the overall regulation of a resource leads to sustainability if the uses of individual goods and services are not carried out at the expense of other uses and if all uses considered in total do not deplete the stock of the resource (global quota)* » (Gerber *et al.*, 2009, p. 799).

Il faut ne laisser aucune place à une mauvaise interprétation sur ce point : si nous soulignons la « disparition », au niveau opérationnel, de l'outil conceptuel que constituent les quotas, il n'en reste pas moins que de nombreux exemples empiriques montrent la présence de quotas, définis politiquement ou administrativement. Ceux-ci fixent le volume d'unités de ressource qu'il est possible ou souhaitable de prélever, dans le but explicite de garantir la capacité de reproduction de la ressource. Néanmoins, ils ne constituent pas pour autant un réel quota global des biens et services procurés par la ressource. Ainsi, la législation sur l'eau vise à garantir que les prélèvements dans une nappe aquifère ne dépassent pas le flux d'alimentation de cette dernière¹⁶. Mais ces

¹⁶ En Suisse, « *les cantons veillent à ce que les prélèvements opérés dans une nappe souterraine ne soient pas supérieurs à la quantité d'eau qui l'alimente* », selon l'article 43 de la loi fédérale du 24 janvier 1991 sur la protection des eaux (LEaux), RS 814.20 (État le 1^{er} janvier 2016). Cela signifie que le niveau des nappes d'eaux souterraines ne doit pas être abaissé de façon prolongée ou permanente, alors qu'il n'est, en outre, pas admis qu'un captage provoque une baisse locale du niveau piézométrique, c'est-à-dire du niveau supérieur de la nappe (de Buren, 2012, p. 69-76).

prélèvements ne constituent qu'une partie des services tirés de la ressource eau dans le périmètre localisé de la nappe, alors que d'autres services, tels que la capacité d'absorption de polluants, s'ils sont régulés par le biais de valeur limite d'immission¹⁷, ne sont pas systématiquement concrétisés en « *quotas individuels* » de droits de polluer. L'exemple empirique le plus abouti parmi les études disponibles qui concrétisent cette logique, même s'il reste partiel compte tenu du périmètre de prélèvement de la ressource impliquée (air), est observable dans le cas du Berner Fahrleistungsmodell¹⁸ (Rita Haudenschild, in Knoepfel *et al.*, 2007, p. 85-106).

Distinguer les outils du chercheur de la vision des acteurs

Au-delà de la difficulté technique que peut présenter leur définition¹⁹, si de tels quotas sont rarement établis, c'est avant tout pour des raisons politiques : les politiques publiques comme le système régulateur ont pour objet la régulation de certains problèmes publics, fréquemment définis de manière sectorielle. S'il peut s'agir de rivalités d'usages, celles-ci ne sont pas forcément définies (socialement et politiquement) comme des conflits entre, d'une part, le prélèvement de services tirés d'une ressource et, d'autre part, le quota global de son stock de biens et services, quota qu'il convient (ou conviendrait) de maintenir pour assurer le renouvellement de la ressource. En effet, si le fait de considérer l'eau ou la forêt comme des « *ressources naturelles* » peut désormais être considéré comme relativement intuitif, cela n'implique pas pour autant que les instruments de l'action publique se fondent sur les mêmes logiques et définitions que celles qu'utilisent les chercheurs pour analyser ces ressources. Un décalage de conception qui est certainement encore plus marqué dans le cas de la gestion de ressources non naturelles (logement, information, infrastructure, appellation de vin, etc.). Formulé autrement, dans la mesure où les acteurs publics ne perçoivent pas le problème public à résoudre comme relevant du prélèvement de services sur une ressource, il est peu probable qu'ils s'engagent dans la définition et la fixation d'un quota global correspondant à la capacité de régénération de ladite ressource.

Cette vision globale en termes de ressource est le produit d'une réflexion et d'un construit analytique ; il s'agit d'une élaboration conceptuelle du

¹⁷ Par exemple, valeur limite autorisée de concentration d'un polluant exprimée en milligramme par litre.

¹⁸ Il s'agit d'un plan de mesures cantonales inscrivant, pour le canton de Berne, l'autorisation de construire des infrastructures fortement génératrices de trafic dans le cadre d'un quota (*i. e.* individuel), lié au nombre de véhicules et de kilomètres parcourus, estimé compatible avec les objectifs du protocole de Kyoto et de la politique de protection de l'air (*i. e.* quota global).

¹⁹ Comme la fixation exacte de la quantité d'eau qui alimente chaque année un sous bassin versant et qu'il serait par conséquent possible de prélever, ou le nombre de têtes de gibier pouvant être chassé.

chercheur. Comme nous l'avons déjà indiqué dans le cadre des remarques épistémologiques, il n'est cependant pas certain que cette vision corresponde aux représentations que s'en font les acteurs eux-mêmes, même s'ils peuvent penser, dans certains cas, que les problèmes publics qui affectent la ressource peuvent être résolus en utilisant, par exemple, la logique des quotas (Knoepfel, 2003).

Cette remarque se vérifie tout particulièrement en ce qui concerne l'extension du modèle d'analyse à des ressources non naturelles (information, infrastructure, etc.), là où les acteurs publics sont moins susceptibles d'adopter une perspective de ressource et, encore moins, de la fixer en tant que telle dans les instruments de régulation (de type quotas). D'une part, la perception de la ressource dans le sens commun est beaucoup moins intuitive que dans le cas de ressources naturelles et, d'autre part, les usages en rapport avec l'objet sont souvent fortement hétérogènes et donc soumis à des politiques publiques sectorielles bien distinctes. L'application du modèle des RIR au logement (Nicol, 2009), si elle démontre globalement la pertinence heuristique de tenter de répondre à la question de la gestion durable du stock de logement avec les outils du RIR, illustre cette hétérogénéité d'usages – c'est-à-dire de services – et les logiques forcément multiples qui fondent les règles les encadrant. À tout le moins, l'auteur construit son objet d'étude en commençant par préciser que « [...] *legislation does not specifically refer to housing stocks as resources* [...] » (Nicol, 2009, p. 27).

Les études de cas menées sur le paysage sont également révélatrices du décalage existant entre la vision du chercheur et celles des acteurs publics. Dans sa synthèse de l'évolution du régime institutionnel suisse relatif au paysage, Gerber montre les limites de l'analyse de la cohérence qu'il établit en soulignant que le système régulateur du paysage n'est pas prévu par le droit :

« D'une part, la qualification de la cohérence interne aux politiques publiques paysagères est compliquée par le fait que [...] toutes les politiques à incidence spatiales (soit la grande majorité des politiques publiques) sont susceptibles d'avoir des effets sur le paysage. [...] La cohérence interne au système régulateur, ainsi que la cohérence entre système régulateur et politiques publiques, ne peuvent être que faibles, car le système régulateur du paysage n'est pas prévu en tant que tel par le droit. » (2006, p. 193)

Ce dernier exemple joint la question de l'analyse de la variable « cohérence » à la problématique soulevée par celle des quotas : la cohérence en vue d'une gestion durable de la ressource paysage n'a pas été prévue dans les (nombreux) aspects des politiques publiques et du système régulateur qui s'y rapportent, ni entre eux.

Or, si l'absence de quotas définis en ces termes sur le terrain explique, selon nous, le fait que l'on a quelque peu abandonné cet aspect dans les études empiriques au profit de la question de la cohérence et de l'étendue, le problème

de la confusion entre les visions des chercheurs et les catégories des acteurs demeure. En effet, l'argument proposé jusqu'ici en ce qui concerne les quotas s'applique de façon similaire aux variables de l'étendue et de la cohérence: le cadre d'analyse amène à opérer une surimpression de la perspective analytique du chercheur sur les logiques portées par les acteurs publics (notamment les législateurs). Comme le souligne de Buren, c'est bien le chercheur, à travers son travail, qui fait émerger le régime institutionnel (RI): «*Attention, le RIR et le RI ne doivent pas être confondus: le RI est un construit de l'analyste qui utilise le cadre d'analyse de RIR*» (de Buren, 2011, p. 138).

Plus généralement, la question centrale qui se pose est donc bien celle de la normativité d'un questionnement en termes de durabilité. Plusieurs auteurs ayant contribué à l'utilisation et au développement du modèle des RIR, ont déjà cherché à se départir du flou et des controverses soulevés par la notion du développement durable pour lui préférer celle de durabilité. En suivant Gerber (2006), Schweizer se positionne ainsi en indiquant que:

«[...] *Nous retiendrons dans le cadre de cette recherche le terme de durabilité. Souvent utilisé de manière synonymique à celui de développement durable [...], il a le mérite de ne plus entretenir la confusion sur ce point, en ne supposant plus que c'est le développement – terme lourd de connotations – qui doit être durable, mais bien l'ensemble des activités humaines.*» (2011, p. 19)

Ces démarches, qui ont pour ambition d'accroître la rigueur de la démarche de recherche, ne dépouillent pas pour autant le questionnement de son expression normative: comme le résume le dernier extrait ci-dessus, la durabilité fait référence à un état du monde souhaité, dans lequel l'ensemble des activités humaines doivent être durables. Autrement dit, un tel questionnement soumet les faits empiriques (l'ensemble des régulations observées) à une évaluation à l'aune de critères correspondant à un référent normatif, comme l'indiquaient déjà Knoepfel et Nahrath: «[...] *Ces régulations sont donc en premier lieu des réalités empiriques observables, plus ou moins adéquates sous l'angle "normatif" des postulats de la durabilité*» (2005, p. 212-213).

Nous estimons, en revanche, que le modèle d'analyse conserve toute sa pertinence – ou même que celle-ci s'accroît – pour l'observation des régulations touchant à une ressource, même s'il est dépourvu d'un questionnement en termes de durabilité.

Synthèse des limites du RIR

Pour résumer sans aucune ambiguïté le caractère prescriptif ou normatif du cadre des RIR, nous proposons de synthétiser ses postulats centraux comme suit: pour garantir une exploitation durable des ressources (naturelles, manufacturées ou immatérielles), il faudrait que l'action publique reconnaisse les usages qui en sont faits comme étant des services tirés de telles ressources,

puis transpose cette conception au sein des politiques publiques et du système régulateur, en couvrant de façon cohérente l'ensemble des usages et en attribuant des droits d'usage dans les limites d'un quota global d'unités de ressource défini politiquement.

Sur la base des développements qui précèdent, nous adoptons une posture de recherche qui s'appuie sur une rupture épistémologique avec l'objet d'étude, en visant à ne mobiliser que les aspects analytiques du modèle présenté. Par conséquent, même si la perspective ressourcielle est au cœur de notre démarche, nous renonçons d'emblée à un questionnement en termes de durabilité pour nous concentrer sur la question de la création et de la distribution de valeur par une ressource.

2.4.5 Apports principaux des RIR pour l'étude des appellations vitivinicoles

La lecture ressourcielle proposée par le cadre des RIR permet de mettre l'accent sur différents points qui sont tout à fait pertinents pour aborder les appellations vitivinicoles telles que nous les avons problématisées. En effet, dans cet ouvrage, la ressource est une appellation de vin, c'est-à-dire une ressource territoriale, comprise dans ses dimensions géographiques mais aussi et surtout sociales et culturelles (voir le point 3.2 *infra* pour une définition de la ressource).

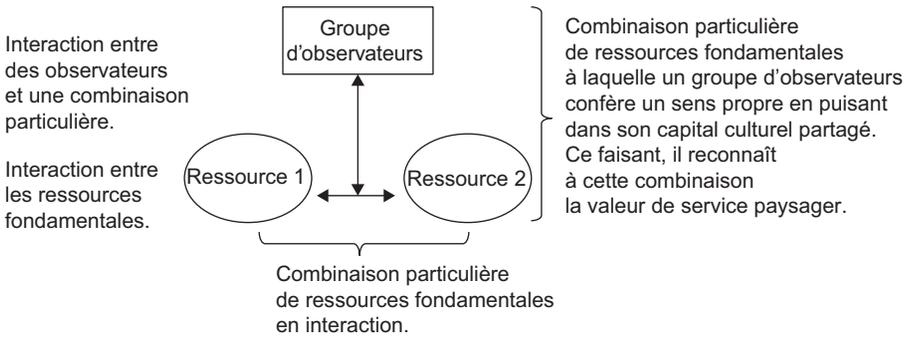
Premièrement, l'accent porté sur les usages des services produits par la ressource et la question des rivalités et de leur résolution constituent un outil central pour rendre compte du caractère conflictuel (n'allant pas de soi et objet de luttes) de la distribution de la valeur produite par la vigne et le vin. La focale sur les (rivalités d') usages permet en outre de placer au même niveau analytique – dans un espace conflictuel délimité par le périmètre de la ressource – les différentes formes de valeur produites par la ressource, où les aspects sensoriels (gustatifs) et identitaires revêtent, comme nous le verrons, la même importance que les gains monétaires.

Les éléments conceptuels des RIR les plus utiles pour aborder la problématique de notre recherche proviennent plus particulièrement de l'application du modèle à l'étude des rivalités d'usage du paysage (Gerber, 2006; Rodewald & Knoepfel, 2005).

Gerber (2006), notamment, construit son objet en «entrant» par les services que ce dernier procure (Figure 6). Il précise en effet que le paysage apparaît comme la somme des services paysagers définis en tant que tels par les acteurs du territoire. L'auteur illustre de quelle façon les services paysagers qui, dans la logique qu'il suit, définissent l'existence du paysage, découlent d'une combinaison entre ressources naturelles «fondamentales» (sol, eau, faune, forêt) et ressources culturelles fondamentales (bâti, images, sites historiques, etc.), selon la terminologie qu'il adopte. Il identifie cette combinaison comme

constituant la base factuelle du paysage (Gerber, 2006, p. 65). Or, le paysage en tant que ressource n'apparaît que lorsqu'un groupe d'observateurs procède à une mise en relation de ces ressources (fondamentales) en leur conférant du sens, c'est-à-dire en reconnaissant un usage possible à cette combinaison, ce qui permet dès lors de parler de services paysagers.

Figure 6 Représentation schématique des interactions à la base de la ressource paysage



Tiré de Gerber (2006, p. 66)

Schématiquement, la base du paysage est constituée par une interaction (horizontale, ci-dessus) entre ressources fondamentales et une interaction (verticale, ci-dessus) qui renvoie au sens conféré par un groupe d'observateurs à une combinaison particulière de ressources fondamentales ; c'est cette combinaison qui est ainsi reconnue comme service paysager. L'auteur ajoute qu'en ce qui concerne l'interaction horizontale, « une infinité d'interactions [entre ressources fondamentales] sont théoriquement possibles, générant une infinité de combinaisons imaginables » (Gerber, 2006, p. 67). La combinaison verticale fait référence au tri opéré par les observateurs (selon leur époque et leur appartenance culturelle notamment), c'est-à-dire à la sélection qu'ils opèrent de « combinaisons particulières qui les interpellent et auxquelles ils confèrent un sens » (*ibid.*). Du coup, la liste des services fournis par le paysage ne sera jamais exhaustive, mais change avec les utilisations qu'en font les usagers.

Selon cette logique « relationnelle », l'auteur propose une définition complexe du paysage qu'il est utile de reproduire dans son intégralité :

« Le paysage est une relation entre un groupe d'observateurs et leur environnement. Le paysage est le résultat d'une double interaction, premièrement entre des éléments de l'environnement (ressources fondamentales naturelles et culturelles telles que le sol, la forêt, l'eau, le patrimoine bâti, etc.) constituant les composantes factuelles de l'environnement arrangées en une configuration spatiale particulière ("matérialité du paysage"), et, deuxièmement, entre cette

base matérielle du paysage et un ensemble socialement constitué d'observateurs qui lui confère du sens en puisant dans leur capital culturel (p. ex. repères servant d'appui à leur orientation spatiale, temporelle, sociale, etc.). Par ce processus, les observateurs "utilisent" la ressource culturelle qu'est le paysage en profitant des services paysagers qu'elle fournit.» (Gerber, 2006, p. 67)

Gerber regroupe les services paysagers qu'il identifie (21 au total) en trois dimensions (2006, p. 69-71). La première inclut les aspects écologiques du paysage, tels que son caractère de réservoir de diversité génétique, de régulateur du cycle de l'eau, ou encore de fournisseur d'écosystèmes. La seconde dimension renvoie aux aspects socio-économiques et culturels du paysage, notamment en tant qu'espace d'utilisation agricole ou, au contraire, de construction, de support d'infrastructure de réseau, ou encore d'espace du patrimoine bâti ou d'espace favorable à une diversité de pratiques culturelles. La dernière dimension vise à rendre compte des services esthétiques fournis par le paysage, par exemple en tant que support d'identité caractérisant l'appartenance à un groupe en particulier, en tant qu'espace de détente et de loisirs ou, enfin, comme support de création de valeur économique locale *via* le marketing régional pour la promotion du tourisme notamment.

Sur cette base, l'auteur met en lumière les tensions (rivalités) qui émergent lorsque l'exploitation d'un service se développe, par exemple par le biais d'une protection juridique accrue, et ce que cela implique pour d'autres usages (rivaux) dont les prétentions doivent être ajustées à la baisse. À titre d'exemple, l'obtention d'un label Unesco vient renforcer l'usage d'un service esthétique au détriment d'un service économique (Gerber, 2006, p. 207).

Ces trois dimensions (écologique, socio-économique et culturelle/esthétique) identifiées par l'auteur pour le paysage, dans leur diversité, sont très proches des éléments que les deux premiers axes de la littérature invitent à considérer comme structurants pour l'objet des appellations. Nous nous plaçons dans la même logique pour établir la typologie des services qui découlent de la ressource formée par une appellation.

Interaction d'éléments constitutifs

Pour le présent travail, l'intérêt central du développement conceptuel des RIR pour le paysage réside dans la démonstration que les services ne peuvent être prélevés qu'à la condition que s'opère une certaine interaction entre des éléments structurants, les «*ressources fondamentales*» dans la terminologie de Gerber. Comme l'illustre la Figure 6, c'est la combinaison entre cette interaction spécifique de ressources fondamentales et le sens attribué par un certain groupe d'observateurs qui fait émerger un certain type de service. Cette logique conceptuelle constitue un point important de notre approche de la ressource vitivinicole.

La ressource comme construit social

Un second élément renvoie au caractère de construit social propre à la ressource. Nous avons montré plus haut que les usages de la ressource sont largement susceptibles d'évoluer. Par conséquent, il en est de même de la définition ou, dit autrement, des contours de la ressource, selon l'évolution des besoins sociaux propres à un certain lieu et en un certain temps (Knoepfel *et al.*, 2001, p. 185). Or, c'est par le biais d'une certaine organisation institutionnelle (des règles du jeu) que le construit social se «*consolide*» en ressource. En l'occurrence (dans le cas du paysage, et dans celui des appellations de vin que nous aborderons plus loin), le principal objet de cette organisation consiste en l'interaction d'éléments constitutifs de la ressource.

Cet ouvrage accorde ainsi une place majeure à la dynamique de construction de la ressource, sous l'angle de l'organisation institutionnelle des acteurs. Il s'agit précisément de rendre compte des logiques qui mènent à la structuration de la ressource et à une certaine distribution de ses fruits, en mettant l'accent sur les acteurs et les règles qu'ils se donnent (ou auxquelles ils font face) pour ériger la ressource.

Les AOC viticoles, nouvel outil de propriété intellectuelle

L'introduction de la labellisation AOC en Suisse, qui est intervenue au début des années 1990 dans le cadre des politiques vitivinicoles cantonales et fédérales, a fait émerger un nouveau type d'instrument relevant de la propriété intellectuelle (Boisseaux & Leresche, 2002; Sylvander *et al.*, 2006). En ce sens, le prisme d'analyse des RIR, dont le principe consiste à croiser l'étude des droits de propriété formelle avec les droits d'usage ou de disposition accordés par les politiques publiques, invite à porter le regard sur les enjeux soulevés par l'apparition de cette forme spécifique de propriété intellectuelle non individuelle (voir *infra*).

Les labels AOC sont des indications de provenance qui relèvent du droit de la propriété intellectuelle²⁰. Toutefois, et c'est précisément ce qui rend une lecture inspirée des RIR d'autant plus intéressante, les AOC constituent une forme spécifique du droit de la propriété intellectuelle (ou immatérielle). Elles divergent de la conception classique de cette dernière et du droit des marques, notamment par le fait qu'elles permettent un usage collectif:

«En tant que propriété intellectuelle traditionnelle, une appellation d'origine protégée devrait conférer à l'ayant-droit un droit de propriété sur le titre. Le titulaire aurait un droit de disposition total sur l'usage de l'appellation ainsi que la compétence d'exclure des tiers souhaitant faire usage de l'appellation. En

²⁰ Voir le site de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle: <https://www.ige.ch/fr/protoger-votre-pi/indications-de-provenance/protection-des-indications-geographiques.html>.

Suisse, les appellations d'origine protégées ne confèrent toutefois pas à l'ayant droit des droits d'exclusion, mais uniquement des droits d'utilisation. Les appellations d'origine protégées ne sont pas attribuées par un ou plusieurs propriétaires, mais peuvent être utilisées par toute personne produisant dans une zone géographiquement définie et qui respecte les autres conditions de l'appellation (en Suisse, ceci correspond à une production conforme au cahier des charges). Au sein du groupe des usagers autorisés de l'appellation, l'utilisation de l'AOC n'a donc pas d'effet exclusif. Les tiers qui ne remplissent pas les critères sont toutefois exclus de l'utilisation de l'appellation. Sous cet angle, et en prenant en compte l'ensemble des producteurs, les appellations d'origine acquièrent un caractère quasi-exclusif. Autrement dit, les appellations d'origine protégées ne sont pas des droits de propriété intellectuelle classiques, mais peuvent être qualifiées de droits d'usage ayant des caractéristiques propres au droit de propriété intellectuelle.» (Walther, 2010, p. 25-26)

La précision d'ordre juridique apportée par Walther résume parfaitement les différents enjeux en termes d'usage non exclusif de la valeur protégée par les AOC. Elle souligne à la fois l'absence de propriétaire formel ayant la capacité d'exclure des tiers et l'exclusion relative sur la base du cahier des charges et du périmètre géographique. Dans cette optique, pourtant uniquement limitée à une discussion juridique du type de droit dont relève le label AOC, la similitude avec les régimes de propriété propres aux ressources « *common pool* » (Schlager & Ostrom, 1992) présentés plus haut est flagrante: « *Les appellations d'origine protégées [...] peuvent être utilisées par toute personne [...]* », comme le souligne Walther (2010).

Dès lors, l'intérêt d'orienter l'analyse de la vitiviniculture vers une lecture en termes de ressource commune, en prenant en considération les éléments issus du système régulateur et des politiques publiques, est manifeste, particulièrement s'il s'agit de discuter des spécificités régionales concrètes des systèmes d'AOC et de leurs dynamiques plus locales, comme le présent ouvrage se propose de le faire.

CHAPITRE 3

CADRE CONCEPTUEL

Notre travail d'élaboration conceptuelle s'est effectué dans un premier temps sur la base des enseignements tirés des deux premiers axes de la littérature présentés plus haut. Dès le début des recherches de terrain et dans la foulée des premiers entretiens exploratoires, ce cadre a été progressivement affiné. Comme indiqué précédemment, c'est notamment par deux «*points d'ancrage*» principaux que nous nous inscrivons enfin dans les RIR. Le cadre conceptuel proposé suit cet ancrage: premièrement, la ressource est un construit social, c'est-à-dire qu'elle n'a pas d'existence en dehors des usages humains qui en sont faits et de son imbrication dans un ensemble d'institutions (Knoepfel *et al.*, 2001, p. 185). Deuxièmement, les acteurs sont rivaux pour l'accès aux valeurs de la ressource, et la régulation des droits d'usage permet de stabiliser ou de résoudre ces rivalités (Aubin, 2007, p. 58), favorisant certains usages¹, donc certains acteurs, et en excluant d'autres. Pour l'objet des appellations vitivinicoles, il apparaît que les enjeux de construction (définition de l'AOC, des spécificités du vin de l'appellation, etc.), puis d'entretien et d'exploitation de la ressource (Qui peut utiliser l'appellation? Quelles pratiques sont proscrites? Comment assurer la différenciation de l'appellation?, etc.) doivent figurer au cœur de la recherche.

Dans cette perspective, les outils d'analyse doivent permettre de reconstituer les logiques par lesquelles les acteurs «*travaillent*» sur les institutions pour parvenir à des règles, ou à des arrangements institutionnels, qui soient à leur avantage ou, du moins, qui correspondent à la conception qu'ils ont des usages qu'il convient de faire de la ressource. Par conséquent, le raisonnement qui sous-tend notre analyse postule que l'ingénierie institutionnelle qui organise la ressource et la distribution de sa valeur est le résultat de rapports de force entre acteurs et découle de la façon dont ceux-ci parviennent à mobiliser leurs propres ressources d'action (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 68). Ce faisant, au travers du concept d'arrangement de régulation localisé (ARL), nous adoptons une

¹ Le terme d'usage correspond au point de vue des acteurs, celui de service au point de vue de la ressource.

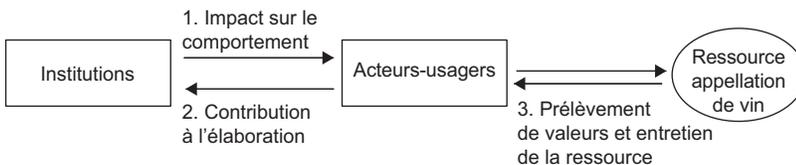
conception large de la notion d'institution, qui accorde autant de considération aux règles informelles que formelles.

3.1 INSTITUTIONS, ACTEURS-USAGERS ET RESSOURCE

Le présent cadre conceptuel met un double accent sur le rôle des institutions et des acteurs, en tant que variables explicatives de la régulation, dans l'évolution de la ressource. Acteurs et institutions entretiennent une relation dialectique: les secondes structurent le comportement des premiers qui, parallèlement, se mobilisent pour modifier les institutions en leur faveur: ils entrent dans une forme de «*jeu*», et c'est leur capacité à jouer avec les règles (Bourdieu, 1990) qui façonne, dans la pratique, les institutions dans lesquelles la ressource est enserrée. Kebir rappelle à ce titre que l'adaptation de la ressource dépend de la volonté et de la capacité des acteurs de se structurer (2006, p. 717). Nous proposons ici de considérer que cette «*structure institutionnelle de la ressource*» correspond, dans une temporalité donnée, à ce que nous appelons un arrangement institutionnel. Souligner la nature d'arrangement pour qualifier la structure institutionnelle complexe qui encadre la ressource permet de mettre au premier plan le travail concret des acteurs et la dynamique de coordination locale qui se met en place et qui porte autant sur la mise en œuvre de normes formelles que sur la définition de nouvelles règles, formelles ou non. Par conséquent, on peut schématiser la démarche d'analyse en deux temps :

- 1) Identifier et analyser les modalités institutionnelles qui encadrent les usages et l'entretien de la ressource.
- 2) Identifier et analyser l'effet de cette coordination sur les caractéristiques de la ressource et sur la distribution de ses fruits, c'est-à-dire les valeurs qu'elle produit.

Figure 7 Vision schématique du cadre conceptuel



1. Les institutions structurent le comportement des acteur-usagers vis-à-vis de la ressource, autant de façon informelle (socialisation) que formelle (incitations par les politiques publiques p. ex.).
2. Les acteur-usagers participent à l'élaboration des institutions, à des degrés divers selon les types d'acteurs, leur capacité à mobiliser les ressources nécessaires, les institutions concernées, etc.
3. Les acteurs-usagers prélèvent des valeurs tirées de la ressource et contribuent à son entretien, de façon différenciée selon les types d'acteurs.

Adapté de Schweizer (2011, p. 11)

3.2 DÉFINITION DE LA RESSOURCE

La ressource que nous nous proposons d'analyser est celle d'une appellation de vin. La notion d'appellation est utilisée ici au sens large, dans la mesure où le terme plus exact devrait être dénomination. Nous avons choisi d'utiliser cette terminologie qui découle du concept d'appellation d'origine contrôlée (AOC), sans pour autant retenir les deux derniers mots dans la définition. Ce choix permet d'élargir la portée de l'analyse (et donc de la montée en généralité) et d'inclure des cas qui ne sont pas des AOC au sens strict, mais qui constituent bien des ressources territoriales de même nature. De fait, le terme d'appellation souligne la dimension territoriale de la ressource, tout en restant neutre quant à l'existence ou non d'une AOC (donc du droit spécifique de propriété intellectuelle correspondant), une dimension territoriale qui est absente du vocable de dénomination.

En suivant la proposition de Kebir (2006, 2010), nous considérons que la ressource est le résultat d'un processus permanent, issu de la mise en relation entre, d'une part, un objet (la vigne et le raisin) et, d'autre part, un système de production (l'économie vitivinicole et, dans une moindre mesure, le tourisme). Cette mise en relation s'accompagne en outre d'une interaction structurée entre plusieurs éléments constitutifs (Gerber, 2006; Rodewald & Knoepfel, 2005) que la proposition conceptuelle de Kebir formulée dans le couple objet/système de production ne détaille pas suffisamment.

Sur la base des deux premiers axes de la littérature que nous avons passés en revue, nous proposons de préciser cette interaction en considérant qu'elle porte sur la mise en relation de trois types de constituants (Figure 8). Il s'agit 1) des dispositions de réception des consommateurs, 2) des savoir-faire de production et 3) des infrastructures. Des règles institutionnelles issues (pour partie) des politiques publiques et des droits de propriété ordonnent cette interaction au niveau local. Elles sont mises en œuvre et éventuellement complétées par d'autres règles institutionnelles, formelles et/ou informelles, dans le cadre d'un ARL (Knoepfel *et al.*, 2011; Schweizer, 2011, 2015) orienté vers la différenciation de la ressource. Cet arrangement stabilise les rivalités entre acteurs dans l'usage plus ou moins coordonné qu'ils font des constituants de la ressource et définit les acteurs pouvant bénéficier des valeurs qu'elle produit et ceux qui en sont exclus. Le degré de différenciation de la ressource (une appellation de vin, par opposition à un vin générique) est consubstantiel de sa capacité à produire différentes formes de valeur, qui sont l'équivalent analytique des « *biens et services* » tirés d'une ressource dans le langage des RIR. On distingue trois types de valeurs (voir Figure 1 dans « *L'état de la recherche* »): les valeurs économiques, les valeurs symboliques et les valeurs sensorielles. Enfin, le caractère pris par la différenciation et la distribution des services dépend de la capacité des différents acteurs-usagers à s'impliquer dans l'arrangement²

² Désormais, par souci d'allègement du texte, le terme arrangement, ou la combinaison arrangement de régulation, est utilisé de manière équivalente pour faire référence au concept d'arrangement de régulation localisé (ARL).

de régulation (ARL). La Figure 8 affine la Figure 1 en opérationnalisant les groupes d'enjeux identifiés en amont et en aval de la ressource, pour parvenir à la définition de la ressource selon le cadre conceptuel proposé ici. L'ensemble de ce cadre conceptuel est détaillé dans les sections qui suivent.

Figure 8 De la littérature à la définition de la ressource

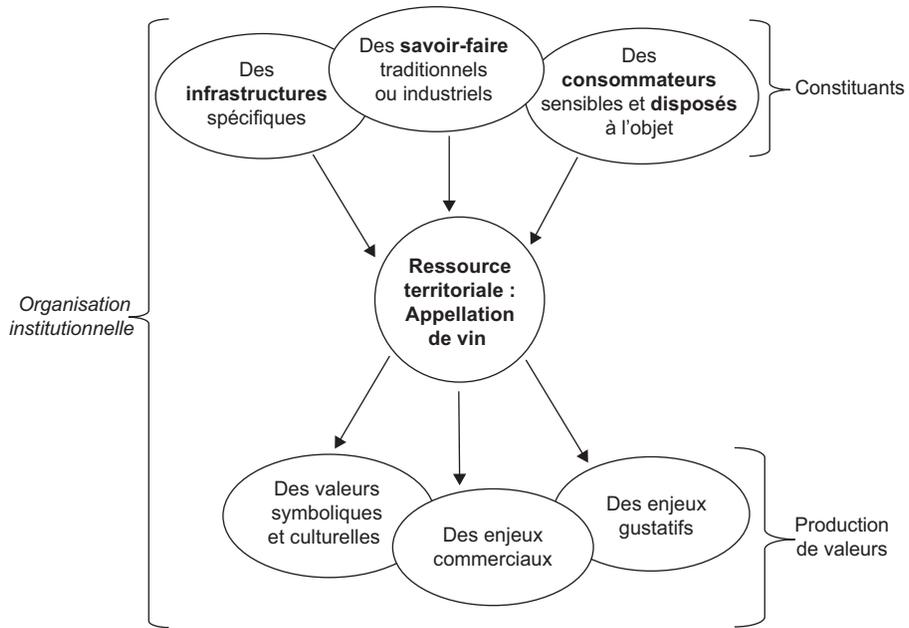


Illustration personnelle

3.3 LES TROIS CONSTITUANTS DE LA RESSOURCE

La ressource que forme une appellation de vin résulte de l'interaction de trois éléments de base, qualifiés de constituants. Ils correspondent aux « *ressources fondamentales* » que Gerber identifie comme étant au fondement de l'interaction qui donne sa matérialité au paysage (Gerber, 2006). En retenant les groupes d'enjeux que la revue de la littérature fait apparaître en ce qui concerne l'amont de la ressource (Figure 1 et Figure 8), une appellation de vin émerge de l'articulation de trois types de constituants qui sont respectivement les savoir-faire de production, les infrastructures ainsi que les dispositions de réception des consommateurs. C'est le résultat de l'interaction spécifique de ces constituants, c'est-à-dire le processus de leur mise en relation, qui forme la ressource. Le produit qui en découle, dans sa réalité tangible (un certain vin, d'une certaine appellation, d'un certain cépage, d'une certaine origine géographique, d'un certain millésime, etc.), matérialise et incorpore certaines des valeurs que peut fournir la ressource.

3.3.1 Infrastructures

Les infrastructures sont le constituant le plus évident. Celui-ci recouvre l'ensemble de supports physiques sur lesquels la ressource territoriale prend son assise et dont la destruction entraîne forcément celle (d'une partie, en tout cas) de la ressource. Il s'agit principalement du sol, bien entendu, et plus précisément de l'affectation des terrains pour la culture de la vigne (vignoble cadastré, zone constructible ou non). Mais aussi des variétés de vignes, c'est-à-dire les cépages (variétés, clones, porte-greffe inclus). Sont également inclus dans ce composant l'ensemble des bâtiments qui permettent la production (vinification, mise en bouteille, stockage, etc.), ainsi qu'éventuellement la distribution du produit (transport en camion, bateau, etc.).

Les infrastructures renvoient, en outre, à plusieurs types d'enjeux qui leur sont propres et qui sont particulièrement saillants, de façon différenciée, selon l'appellation de vin concernée. Les études de cas le montrent parfois. Il s'agit notamment de la question de la propriété du sol, dont la distribution et le morcellement³ plus ou moins marqué peuvent avoir un effet limitant (coûts d'exploitation) ou, au contraire, favoriser le développement de la ressource. Le sol renvoie également à l'importance de la dimension géographique ou topographique mise en évidence par la littérature, notamment dans le cadre des produits du terroir. À titre d'exemple, une parcelle de vigne en terrasse appuyée sur un mur en pierres sèches n'entraîne pas les mêmes coûts d'entretien qu'une parcelle de vigne en plaine ou sur la côte, ni qu'une parcelle similaire supportée par un mur en béton conventionnel. En revanche, cette qualité spécifique de l'infrastructure (parcelle de vigne en terrasse) peut contribuer de manière importante aux caractéristiques de la ressource et aux types de valeurs, en l'occurrence paysagère ou encore identitaire, qu'elle peut produire.

3.3.2 Savoir-faire de production

Ce second constituant concerne les connaissances spécifiques portées et mises en pratique par les producteurs. Il englobe la deuxième dimension du terroir – après celle de l'environnement physique – à savoir celle des facteurs humains (voir la définition du terroir selon l'INAO, telle qu'elle est reprise pour la valeur « *expression du terroir* » dans le Tableau 1 (p. 94)). Un des enjeux principaux de ce constituant renvoie à la faculté d'exercer ou de déployer un certain savoir-faire, selon qu'il est socialement, mais surtout financièrement, valorisable. Les changements les plus marquants en termes de savoir-faire renvoient à l'importance croissante que prennent les connaissances techniques des producteurs, notamment dans les domaines de la biologie. Cette évolution

³ Le canton du Valais se distingue ainsi par un morcellement extrême de la propriété des parcelles de vigne, dû notamment aux partages successifs d'une génération à l'autre (Domeniconi *et al.*, 2010).

se traduit dans les formations en œnologie et dans la professionnalisation générale des acteurs (vignerons, œnologues, cavistes, etc.). Ce constituant inclut concrètement l'ensemble des connaissances nécessaires à l'élaboration de la ressource et détenues par les acteurs impliqués. Il s'agit des connaissances relatives à la vigne et au raisin (cépages spécifiques, maladies, maturation, spécificités du sol, etc.), à la production de vin à strictement parler (vendange, pressurage, vinification, etc.), des connaissances qui portent sur les caractéristiques du marché du vin, de la distribution, du marketing, ou encore du fonctionnement des organisations collectives (interprofession, etc.).

3.3.3 Dispositions de réception

Le constituant formé par les dispositions de réception est probablement un des éléments les plus novateurs du modèle conceptuel proposé et mérite pour cette raison une présentation plus approfondie que les deux constituants précédents. Il se rattache aux enjeux liés au goût des produits agroalimentaires, dont le plus saillant, dans la perspective de la globalisation du marché (du vin, mais également de l'ensemble des produits agricoles) est certainement celui de la standardisation du goût, dont les impacts se répercutent jusque dans des aspects culturels et identitaires. Comme la littérature sur la question des labels, de la propriété intellectuelle et de la valeur l'a mis en évidence, les exigences sanitaires, la standardisation des processus de production, les dynamiques de concentration qui se traduisent par l'intégration des petits producteurs au sein de grandes structures industrielles, l'utilisation accrue du sucre aussi bien dans les produits alimentaires transformés que dans les boissons alcoolisées ou encore les références formulées par des critiques du vin ont un impact sur les compétences gustatives des consommateurs et sur leurs attentes vis-à-vis du goût que devrait avoir le produit. Ce faisant, ces multiples dynamiques structurent les dispositions (physiologiques) gustatives des consommateurs et orientent leurs attentes, par le biais de la socialisation des consommateurs (en famille, ou dans d'autres contextes de socialisation au vin).

La notion de disposition est préférée ici à celle de simple compétence pour plusieurs raisons. La première est qu'elle met l'accent sur la socialisation des acteurs. Elle prend en effet au sérieux l'intériorisation et l'apprentissage «*par corps*» (Bourdieu, 1980a) de certaines normes sociales, en l'occurrence un certain type de goût (Bourdieu, 1979), au sens organoleptique – c'est-à-dire au sens des papilles et non d'une préférence pour la musique contemporaine plutôt que pour le *hip hop* – et (rétro-)olfactif, tout en reconnaissant que la socialisation à cette forme de goût (les papilles) suit le même processus que celle du goût de classe pour la musique par exemple (*i. e.* une disposition orientée davantage en faveur de Wu Tang ou de Pierre Boulez). La question de la distinction sociale au travers du vin, quoiqu'elle soit également discutée dans la recherche (voir ainsi Howland, 2014b; Overton & Murray, 2013), n'occupe pas une place

centrale dans le propos de cet ouvrage, même si elle est présente dans l'analyse par le biais des valeurs symboliques (voir *infra*).

De plus, la notion de disposition n'ignore pas le fait que certains consommateurs sont plus compétents que d'autres pour apprécier les qualités d'un vin. Le sommelier professionnel est, et c'est heureux, plus compétent que le chercheur en administration publique. La notion de disposition renvoie de fait à la capacité des consommateurs à apprécier les services produits par la ressource – en l'occurrence le vin d'une certaine appellation – au double sens du terme apprécier : d'une part, être capable de percevoir et d'estimer les spécificités du vin en question et, d'autre part, prendre du plaisir à le boire.

Ce constituant recouvre ainsi la disposition des consommateurs à considérer que les vins ne sont pas un produit générique et que le vin d'une certaine appellation peut avoir des caractéristiques spécifiques, qui justifient éventuellement un prix plus élevé. Les dispositions de réception peuvent être particulièrement divergentes. Une des oppositions les plus évidentes – et qui n'est pas sans lien avec l'usage (croissant) du sucre dans les produits alimentaires transformés – porte notamment sur le rapport au sucre, et incidemment à la sensation de douceur d'un vin (qui n'est pas forcément liée à la présence de sucre), les consommateurs novices et les jeunes étant généralement plus facilement séduits par des vins au goût plus doux, et des consommateurs plus avertis étant en revanche plus attentifs à la structure, à la complexité ou encore à la texture du vin.

L'intérêt de prendre en considération les dispositions de réception comme un constituant de la ressource, au même titre que les infrastructures et les savoir-faire, réside dans le fait que, dans cette optique, les dispositions ne sont pas un « donné », immuable. Elles peuvent au contraire faire l'objet d'un travail de construction ou du moins être façonnées par les acteurs engagés dans la construction de la ressource. À ce travail s'ajoute l'articulation – stratégique et ciblée – des dispositions de réception avec les autres constituants de la ressource. Comment mettre en phase les caractéristiques d'un vin avec la capacité des consommateurs à l'apprécier et à payer le prix correspondant ?

3.3.4 Interaction des constituants

Nous pensons que, loin de découler d'un ajustement spontané, la mise en relation des trois constituants décrits plus haut découle d'une dynamique politique, institutionnelle et sociale spécifique, qui se déploie de manière répétée dans la relation qu'entretiennent les acteurs-usagers avec les institutions qui structurent la ressource. En reprenant les termes de Kebir (2006, 2010), une dynamique de mise en valeur nécessite un investissement (coûteux) de la part des acteurs pour la mise en relation des constituants. Pour illustrer les termes de Kebir (2006) à l'exemple de l'appellation « vin du Valais », l'accent porté en Valais depuis les années 2000 sur la réutilisation d'anciens cépages, notamment

le cornalin et la petite arvine (Catry, 2009; Conseil d'État, 2000) correspond à une situation où l'évolution de l'objet (les cépages) entraîne positivement le système de production.

Ainsi, il serait possible de combiner autrement ces constituants, ce qui aboutirait à donner une autre forme à la ressource. En effet, sachant que chacun des constituants peut adopter une « modalité » différente, la sélection opérée par les acteurs – et encadrée par un arrangement institutionnel – de certaines formes d'usage de ces constituants correspond à une mise en relation spécifique. À titre d'exemple, une des interactions actuelles peut prendre la forme suivante: les vignes sont utilisées pour produire du raisin de cuve⁴, elles poussent dans des secteurs spécifiques du terrain communal, sur des parcelles en terrasses soutenues par des murs en pierres sèches. Le cépage est du cornalin, son rendement est fortement variable d'une année à l'autre et il nécessite des connaissances et une volonté spécifiques qu'un certain vigneron tient de son père, pour être vinifié de façon à convenir aux attentes des clients de la cave. Il peut, en outre, être mis en valeur par un élevage en barrique qui permettra éventuellement, en s'appuyant sur les informations obtenues durant la dernière étude de marché, d'élargir le nombre de consommateurs réceptifs aux caractéristiques que la vinification va lui apporter. En revanche, ce mode de vinification, plus difficile à maîtriser, apporte des caractéristiques au vin (une texture souple, des tannins, davantage de notes vanillées, etc.) qui ne sont pas spécifiques au parchet, alors que le précédent cépage cultivé à cet endroit permettait précisément de favoriser l'expression des caractéristiques uniques de cette parcelle.

Souligner le fait que cette combinaison est spécifique met en évidence son caractère conflictuel. Certains acteurs vont chercher à faire un usage concurrent d'un des constituants, ou à les combiner de façon alternative (planter de la syrah sur un secteur d'encépagement considéré comme adapté uniquement à du chasselas, moins rémunérateur, et utiliser des copeaux de bois pour la vinification plutôt que des barriques en chêne, etc.) dans la mesure où ils attendent de la ressource qu'elle soit dirigée vers d'autres formes de valeurs qui leur seraient plus favorables.

Les acteurs-usagers sont dès lors en rivalité dans le processus de mise en relation des constituants, car l'ajustement (institutionnalisé) spécifique des constituants (que nous concevons dans les termes d'un arrangement régulateur, voir *infra*) va donner à la ressource des caractéristiques spécifiques, c'est-à-dire que les attributs qui vont distinguer et différencier le produit seront plus ou moins favorables en termes de valeurs produites à certains acteurs engagés dans les usages et la mise en relation des constituants. Une des rivalités principales porte sur l'usage non coordonné des constituants, pour un gain à court terme (par exemple en produisant plus de raisin par unité de surface que ce que ne

⁴ Distingué, par des prescriptions de culture, du raisin dit « *de table* », lequel est destiné à une consommation non transformée et se trouve exclu de la production de vin.

permettent les régulations de l'appellation). Ce type d'usage peut être plus rémunérateur, mais d'un point de vue individualiste et maximaliste uniquement. Respecter les restrictions liées à la mise en relations coordonnées des constituants correspond ainsi d'une certaine façon à renoncer à un gain potentiel, au bénéfice des usages collectifs de la ressource commune. Un des objectifs principaux de cet ouvrage consiste à documenter les rivalités les plus importantes et leur mode de stabilisation par un certain arrangement institutionnel au niveau local.

Cet ajustement institutionnel correspond à un certain moment du processus de mise en relation entre un objet et un système de production dont parle Kebir (2006, 2010). C'est ce moment qu'il convient de mettre en évidence afin de remonter vers les mobilisations d'acteurs qui ont mené à son élaboration et de comprendre la forme de différenciation vers laquelle s'axe la ressource.

3.4 LES ACTEURS

En suivant la logique d'analyse des RIR, cet ouvrage postule que les multiples acteurs-usagers de la ressource sont en rivalité pour le prélèvement des valeurs produites par la ressource, ce qui implique une certaine modalité d'interaction des constituants de la ressource. Dans cette optique, la forme prise par la différenciation de la ressource et de la distribution des valeurs qui en découle représente le «*carburant*» de l'implication des acteurs dans l'organisation institutionnelle de la ressource: ceux-ci se mobilisent pour défendre la production d'une certaine forme de valeur, à laquelle ils aspirent ou dont ils dépendent.

Pour les besoins de l'analyse, les acteurs-usagers (ci-après, simplement acteurs) sont regroupés conceptuellement en trois catégories principales⁵, dont les configurations sont susceptibles de varier selon la ressource étudiée. Ce sont précisément ces configurations spécifiques qui vont retenir notre attention.

La première catégorie est celle des producteurs. Il s'agit des acteurs impliqués dans la production concrète des vins d'une certaine appellation. Il peut s'agir de pépiniéristes, de vigneron, de vigneron-encaveurs⁶, de coopératives vitivinicoles ou encore d'entreprises de négoce (désignées alternativement comme encaveurs ou négociants). Les organisations professionnelles et interprofessionnelles de branche, de gestion et de promotion des produits, qui regroupent certains des acteurs mentionnés plus haut au sein d'une même appellation (ou au-delà), font

⁵ Les acteurs concrets peuvent appartenir, dans leurs différentes activités, à plusieurs de ces catégories conceptuelles. Un producteur est, le plus souvent, aussi consommateur.

⁶ En France, ceux-ci sont appelés des «vignerons indépendants», mais ils recouvrent la même réalité: des exploitants qui vinifient eux-mêmes leur raisin, généralement sur des domaines de taille modeste (moins de 10 ha en Suisse). Les Anglo-saxons utilisent quant à eux le terme de «*winegrower*» (littéralement: celui qui fait pousser du vin), qui peut désigner autant les petits exploitants que les grandes caves.

aussi partie de cette catégorie (ainsi le groupement de vigneron-encaveurs de Fully, ou la Central Otago Winegrowers Association [COWA] en Nouvelle-Zélande). Sont également inclus les détenteurs des « *infrastructures* » associées à la fabrication (vignobles, installations de transformation, de stockage, etc.), des acteurs qui ne sont pas forcément des producteurs de vin eux-mêmes, mais, par exemple des propriétaires fonciers (privés ou publics).

La seconde catégorie est celle des consommateurs. Sont inclus dans cette catégorie ceux qui achètent, mais aussi boivent le vin d'une certaine appellation et prennent part aux éventuelles activités – culturelles ou commerciales – qui se déroulent dans le cadre de l'exploitation de la ressource.

La troisième catégorie est celle des courtiers. Il s'agit des intermédiaires de mise en marché des produits de la ressource, c'est-à-dire d'acteurs qui ont un intérêt indirect à sa préservation et/ou à son exploitation, sans en être directement producteurs ni consommateurs. Cette catégorie, relativement large, regroupe des acteurs aux intérêts divers : les grossistes et les distributeurs (détaillants comme grande distribution), les critiques de vin (dans les médias grand public ou spécialisés), les sommeliers et les restaurateurs, les experts ou les institutions de recherche (universitaires, etc.), les acteurs du tourisme, les éditeurs de livres sur le vin ou encore les politiciens impliqués dans la défense des produits de terroir.

Une quatrième catégorie de second plan a pour but de prendre aussi en considération la présence d'un quatrième acteur qui peut être désigné de manière synthétique comme acteur politico-administratif (Knoepfel *et al.*, 2006), qui peut intervenir dans le système ressourciel ou à ses marges, non pas sur la base de ses activités au sein de la ressource (comme les autres acteurs), mais sur celle de son statut dans l'ensemble du régime institutionnel⁷. Se regroupent sous cette catégorie l'ensemble des acteurs étatiques de différents niveaux (communes, cantons et Confédération pour la Suisse) et fonctions (acteurs législatifs, exécutifs et judiciaires). Pour les cas analysés dans cette recherche, les organes politiques communaux, les services cantonaux de l'agriculture et de la viticulture, l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG), ainsi que les services des chimistes cantonaux constituent les acteurs politico-administratifs les plus saillants.

Une dernière catégorie d'acteurs doit enfin être mentionnée. Celle-ci est conceptuellement extérieure à la ressource, et peut potentiellement inclure autant des producteurs, des courtiers et des consommateurs. Il s'agit précisément des acteurs exclus de l'accès à la ressource, qui sont (volontairement) et autant que possible tenus à l'écart de celle-ci et des valeurs qu'elle produit. Les rivalités entre ces acteurs et les ayants droit sont susceptibles d'être particulièrement prononcées.

⁷ Alors que l'économie institutionnelle des ressources ne prend que peu en compte les acteurs étatiques, l'approche par les régimes institutionnels considère, au contraire, que ces derniers doivent impérativement être intégrés à l'analyse, notamment par le biais de leur rôle dans la mise en œuvre des politiques publiques.

Ce ne sont pas les catégories d'acteurs en elles-mêmes qui sont intéressantes, mais bien les configurations d'acteurs que la réalité des cas donne à observer : quelles sont les alliances qui se forment ? Quels sont les acteurs qui sont les plus actifs ? Quels sont les acteurs absents, quelle est la configuration (combinaison) de catégories d'acteurs qui émerge ? Telles sont certaines des questions pratiques qui guident l'analyse de terrain. Cette focale a pour but de rendre compte de la façon dont les acteurs s'organisent et agissent pour influencer sur les règles de comportement, de mettre en lumière les « jeux » institutionnels dans lesquels ces acteurs s'engagent pour faire émerger et exploiter la ressource.

À titre d'exemple, les règles relatives à la propriété intellectuelle peuvent provoquer de nouvelles rivalités pour l'accès aux services de la ressource : elles impliquent l'inclusion de certains acteurs dans le système ressourciel propre à un produit, et l'exclusion d'autres acteurs. Ce mécanisme constitue le principal ressort des jeux d'acteurs relatifs aux ressources encadrées par une régulation de type AOC. Les acteurs inclus dans le périmètre de la ressource peuvent prétendre accéder à ses services, tandis que les acteurs exclus en sont privés. Schématiquement, les rivalités peuvent se concrétiser par la tentative des acteurs exclus d'intégrer le système ressourciel ou, à défaut, de le détruire, alors que les acteurs y ayant accès tentent de les repousser.

Ainsi, les producteurs valaisans de cépages « *autochtones* » (petite arvine, amigne, cornalin, etc.) ont tenté, durant les années 2000, de se doter d'un droit (géographique) exclusif à l'usage de ces noms de cépage et d'empêcher les producteurs d'autres cantons de commercialiser des vins (produits en dehors du Valais) utilisant les noms de cépage concernés. Dans cette tentative d'exclusion de l'accès à des valeurs que les acteurs voulaient faire correspondre à la ressource « *vin du Valais* », les producteurs ont agi en réclamant – en vain – une modification de la réglementation fédérale leur permettant de rendre exclusif au Valais l'usage de noms de cépage que le canton considère comme traditionnels ou autochtones (DFE & DFI, 2008). Les études de cas donnent à ce propos un aperçu des stratégies alternatives qui ont été déployées en parallèle de cette mobilisation.

3.5 LES VALEURS PRODUITES PAR LA RESSOURCE

L'un des principaux postulats de l'analyse des RIR consiste à considérer que les ressources produisent une palette de biens et de services pour l'usage desquels les acteurs sont rivaux. La notion de « *biens et services* » présente l'avantage de couvrir un large spectre d'usages⁸ de la ressource. En revanche,

⁸ On peut d'ailleurs considérer que les termes « biens et services » correspondent au point de vue de la ressource (ou plus exactement de l'analyste qui met la ressource au premier plan et les usagers de celle-ci au second), alors que le terme d'usage correspond au point de vue des acteurs, *i. e.* lorsque le bien/service est effectivement utilisé. Les deux perspectives renvoient donc au même objet.

dans cet ouvrage, nous lui préférons la notion de « *valeurs* ». Plusieurs raisons justifient ce choix. La première tient à la nature à notre sens exagérément économiciste (Polanyi, 2007) de la terminologie qui inscrit la conception de la ressource dans une optique essentiellement marchande – de prestation –, quand bien même les auteurs soulignent la notion de construit social de la ressource ainsi que la dimension politique de ses modalités de gestion. La seconde raison découle pour partie de la précédente et renvoie aux discussions portant sur la question de la valeur économique dégagée par les produits agricoles labellisés, une question ouverte rapidement à d'autres formes de valeurs. Le second axe de la littérature a en effet mis en évidence (points 2.3.3 et 2.3.4) le fait que les acteurs tâchent de réinsérer les activités économiques dans leurs dimensions sociales, selon l'hypothèse de Polanyi (2004). En allant dans ce sens, il apparaît que des ressources territoriales telles que le vin, prises dans un dispositif de type AOC, peuvent générer une diversité de valeurs. Cette logique rejoint pleinement, selon nous, celle qui est au principe de la multifonctionnalité attribuée à l'agriculture en Suisse : les ressources territoriales (agricoles) assurent la production d'une diversité de valeurs, économiques, alimentaires, mais aussi sociales et culturelles.

Pour l'objet plus spécifique des appellations de vin dans le champ des ressources territoriales, la revue de la littérature fait émerger trois groupes d'enjeux – en aval de la ressource – qu'il est proposé de regrouper en enjeux gustatifs, commerciaux ainsi qu'en valeurs symboliques et culturelles (Figure 1 et Figure 9).

C'est sur cette base que nous proposons de reformuler la notion de « biens et services » en « valeurs », ramenées ici à trois formes spécifiques, pouvant se décliner chacune sous différentes modalités. Les enseignements de la littérature sont complétés par des apports issus de la technique viticole et de l'œnologie ainsi que par des observations que le travail de terrain a fait émerger, notamment par les entretiens avec les acteurs.

Nous pensons que les principales valeurs retirées d'une ressource telle qu'une appellation de vin, c'est-à-dire les plus structurantes pour l'action des acteurs impliqués dans la production ou dans la consommation de la ressource, peuvent être ramenées à une dizaine, autant dans le domaine sensoriel que symbolique. Il s'agit bien sûr d'une « réduction » (il aurait été possible de considérer davantage de valeurs spécifiques recherchées par les acteurs), suffisamment générale pour être opérationnelle et, en même temps, suffisamment détaillée pour rendre compte fidèlement des enjeux principaux.

Il se peut donc que certaines valeurs très spécifiques paraissent manquer de prime abord. Le caractère oxydé d'un vin, tel qu'il est attendu d'un prestigieux Vin Jaune du Jura, est considéré dans la grande majorité (du reste) du monde vitivinicole comme un défaut de vinification et ne figure pas sur la liste des services. En revanche, il est inclus (en termes de potentialité) dans les valeurs arômes spécifiques ou encore vin typique. Exercice difficile qui

consiste à retenir un vocabulaire suffisamment spécifique pour rendre compte, de la façon la plus respectueuse du terrain, des valeurs les plus saillantes que les acteurs-usagers peuvent attendre d'une certaine appellation de vin, mais conservant un niveau de généralisation et de systématique pertinent et opérationnel.

Nous avançons ainsi qu'une ressource telle qu'une appellation de vin produit trois types de valeurs :

1. Les valeurs économiques consistent en des flux de revenus. Un vin produit une valeur ajoutée, convertie en gains monétaires sur le marché, qui est répartie entre les différents acteurs contribuant à sa fabrication et sa commercialisation. Il s'agit de la forme de valeur la plus générique – c'est-à-dire qu'elle n'est pas spécifique à ce type de ressource – et la plus importante, dans la mesure où l'on peut raisonnablement s'attendre à ce que tous les acteurs aient un besoin (plus ou moins) vital des revenus financiers qu'ils tirent de leur exploitation de la ressource.
2. Les valeurs symboliques renvoient aux aspects identitaires et culturels qui lient les acteurs à une certaine forme de la ressource. Une appellation peut être le point d'attraction d'une région, notamment par son impact sur le paysage. Des grandes caves peuvent vouloir accroître la réputation de leurs marques en ajoutant une appellation à leur catalogue. Le fait de produire (ou de boire) un cru prestigieux, d'être le maître des choix de vinification, éventuellement comme vigneron biodynamique minoritaire, parvenir à révéler un terroir, transmettre sa passion à un cercle de clients fidèles, ou encore être reconnu pour ses compétences par ses pairs, contribuer à la vie économique, mais aussi politique, culturelle et sociale d'un village viticole, d'une région, etc. : les valeurs symboliques se déclinent sous de multiples facettes qui concernent autant les « petits acteurs » que les grandes structures capitalistes (multinationales du vin).
3. Les valeurs sensorielles renvoient, quant à elles, à l'expérience sensible et tout particulièrement gustative, des vins issus du périmètre de la ressource : les arômes et la structure d'un vin, sa couleur, sa douceur ou sa sapidité, etc. Notamment par le fait que, contrairement à des produits agricoles non ou peu transformés, le vin est inséré dans un circuit de consommation où la critique (gustative) occupe un rôle important et croissant. Les valeurs sensorielles sont ainsi centrales, et leur évolution constitue un enjeu majeur face aux dynamiques de standardisation des modes de production auxquelles le processus de globalisation contribue.

Le Tableau 1 (p. 94) ci-après détaille, pour chacun de ces trois types, les valeurs qui apparaissent les plus pertinentes pour l'analyse.

Tableau 1 Les valeurs produites par une appellation de vin

Valeurs sensorielles	
Vin de soif	Le vin est apprécié principalement comme désaltérant. Historiquement, les vins blancs suisses issus du chasselas, notamment le fendant en Valais, sont souvent considérés comme vins de soif. C'est souvent encore le cas à l'heure actuelle. Les caractéristiques organoleptiques sont discrètes, on recherche de la fraîcheur et parfois une légère présence de pétillant (du CO ₂ est couramment ajouté durant la vinification du fendant). Un vin de soif est typiquement consommé pour l'apéritif. Un vin de soif n'est pas particulièrement marqué par sa longueur en bouche et sa persistance aromatique ⁹ .
Barrique/ boisé	Il s'agit de la présence, plus ou moins marquée en bouche, d'un goût boisé et vanillé lié au séjour du vin dans une barrique en bois durant la vinification. Selon la pratique du vinificateur (barriques neuves ou plus âgées, températures de chauffe de celles-ci durant leur fabrication, etc.), le caractère boisé de la barrique apparaît plus ou moins fortement en bouche et au nez, et favorise ou couvre au contraire l'expression d'autres valeurs sensorielles, telles que l'expression du terroir, la complexité et les arômes spécifiques par exemple. Les détracteurs d'un caractère boisé trop marqué évoquent «des échardes dans le palais» ou «de la planche». La mention du passage en barrique figure parfois sur l'étiquette, comme prétendu argument de qualité. Le goût boisé peut également être obtenu par l'usage de copeaux de bois, bien moins coûteux, trempés dans le vin. Dans ce cas, l'effet qualitatif de la barrique (l'oxygénation lente due à la porosité du bois) est absent, et il s'agit bien plus d'une logique de «produit de parfumerie» selon l'expression courante. Les adeptes de cette technique industrielle par excellence soulignent son utilité pour la fixation des couleurs du vin.
Facile à boire	Cette valeur renvoie essentiellement aux vins industriels dont le profil organoleptique ne varie pas d'un millésime à l'autre, et qui sont fondés sur une certaine simplicité aromatique. L'enjeu consiste à fidéliser les consommateurs à un produit fiable, aux caractéristiques stables d'un achat à l'autre. Il exclut la «complexité» et est parfois associé à la présence d'un léger sucre résiduel, ce qui permet de toucher une tranche la plus large possible des consommateurs/des situations de consommation. Le sauvignon blanc du Marlborough par exemple est fortement associé à cette valeur.

⁹ La longueur constitue un aspect sensoriel transversal qui correspond à des vins de qualité. Je ne le retiens pas comme une valeur isolée, dans la mesure où cet aspect est souvent associé à la puissance, à l'expression du terroir, à la complexité ou encore à la structure et à la texture (voir *infra*).

Puissant

Cette valeur est associée presque exclusivement aux vins rouges. Elle renvoie à la concentration des arômes que déploie le vin, issue généralement d'une macération importante de raisins très mûrs. La concentration s'accompagne souvent d'une couleur intense et implique un degré d'alcool plus élevé (souvent corollaire d'une sensation de chaleur en bouche) et parfois une présence de tannins plus soutenue. C'est une valeur structurante dans l'univers de la critique internationale – notamment dans le sillage du critique Robert Parker – souvent associée aux grands vins de Bordeaux, «supers toscans» ou à certains vins du Nouveau Monde. La puissance offre un avantage important, souvent décrié par les producteurs qui défendent un autre style, dans les concours, dans la mesure où sur une ligne de dégustation, le palais du dégustateur est plus facilement «marqué» par un vin puissant, qui a tendance à sortir du lot. Les critiques d'un excès de puissance évoquent des vins «bodybuildés».

Expression du terroir

C'est probablement la forme de valeur qui est la plus présente et simultanément la plus ambivalente dans le monde du vin. Pour ses détracteurs, le terroir relève de la subjectivité propre à l'interprétation des acteurs, voire d'un simple outil de marketing, alors même qu'il est objectivé de façon très détaillée dans certaines appellations (jusqu'au niveau parcellaire en Bourgogne par exemple). En suivant la définition du terroir retenue ici¹⁰, il s'agit de la capacité d'un producteur de vin à exprimer le plus finement possible les spécificités du lieu en trouvant une certaine harmonie (qui lui est propre et reflète ses choix) entre le type de cépage, le mode de culture et de vinification et l'environnement physique. Cette harmonie doit pouvoir varier d'un producteur et d'un millésime à l'autre. Généralement, mais pas systématiquement, la recherche de l'expression du terroir est associée à une conception qui vise à limiter autant que possible les interventions sur la vigne (dans l'usage des intrants de croissance ou phytosanitaires) et à la cave (dans l'usage des intrants également et des procédés mécanisés parfois) pour rester au plus près «de la nature». Il s'agit cependant d'un idéaltype – dont l'opposé se trouve dans la production de vin industriel au profil organoleptique figé et défini spécifiquement pour un certain type de consommateurs. Cependant, rien n'empêche les producteurs de vin industriel de se revendiquer «producteurs de vins de terroir», et chaque acteur adopte une approche plus ou moins exigeante pour obtenir, mobiliser ou revendiquer cette valeur.

¹⁰ Définition de l'Institut national [français] des appellations d'origine (INAO): «*Le terroir est un système au sein duquel s'établissent des interactions complexes entre un ensemble de facteurs humains (techniques, usages collectifs, etc.), une production agricole et un milieu physique (territoire). Le terroir est valorisé par un produit auquel il confère une originalité (typicité)*» (Bérard & Marchenay, 2004, p. 72-73). Soulignons que cette définition, qui englobe autant les facteurs naturels qu'humains, contrairement à une vision centrée uniquement sur les facteurs naturels, notamment géomorphologiques, est celle qui est la plus communément adoptée par les acteurs que nous avons rencontrés. Le travail humain y est alors considéré comme le révélateur des potentialités du lieu et du type de culture qui y est pratiqué.

Arômes spécifiques	Parfois liée à la recherche de l'expression du terroir (lorsqu'un cépage est associé à un terroir particulier), cette valeur renvoie aux arômes propres à un cépage ¹¹ et, éventuellement, à des arômes spécifiques qu'un cépage peut déployer plus particulièrement ou uniquement sur un certain terroir ¹² ou encore à des arômes issus d'une certaine forme de culture de la vigne (pourriture noble par exemple) ou de vinification (ainsi une légère oxydation voulue). La recherche en biochimie sur les précurseurs aromatiques, les molécules qui mènent à la formation d'arômes particuliers, constitue un champ croissant de la recherche scientifique associée à l'œnologie et canalise des investissements parfois massifs de la part des grandes régions viticoles. Cette valeur constitue souvent un enjeu important de la construction des appellations de vin.
Complexité	Cette valeur renvoie à la richesse et à la diversité des arômes en bouche qu'un vin peut déployer à la dégustation. Il peut s'agir d'arômes primaires (liés au cépage), secondaires (liés à la vinification) ou tertiaires (liés à l'évolution du vin durant son vieillissement). C'est une forme de valeur souvent associée aux grands vins et qui atteste d'un haut niveau de qualité. Par opposition, un vin «de soif» ou «facile à boire» est dépourvu de complexité. C'est généralement la recherche d'une telle complexité aromatique qui caractérise les consommateurs aux dispositions de réception les plus élaborées.
Structure et texture	La structure et la texture du vin correspondent à la sensation en bouche. Il peut s'agir d'une sensation de volume prise par le vin, plus ou moins intense (ainsi pour un vin considéré comme «charpenté»). La structure peut apparaître plus ou moins équilibrée (si les tannins sont trop dominants, peu souples ou verts) et le vin plus ou moins harmonieux. La texture renvoie plus spécifiquement à la sensation tactile que le vin laisse en bouche : aqueux ou gras, mais surtout minéral, en dentelles, grains, poudré, etc. Il s'agit de formes de valeurs subtiles, qui requièrent des dispositions de réception élaborées, et renvoient à des vins de haute qualité.
Sec/doux	La douceur renvoie au niveau de sucre résiduel, exprimé en grammes par litre, contenu dans le vin. Si des vins sont explicitement (étiquetés) «doux», soit les vins faits à partir de vendanges tardives – leur niveau de sucre résiduel peut alors atteindre plus de 150 grammes par litre – le niveau de sucre résiduel d'un vin sec est généralement inférieur à 5 grammes par litre environ. Selon les cas (et la régulation), les étiquettes indiquent si un vin est doux ou non. Cette forme de valeur sensorielle est recherchée par certains consommateurs, notamment novices ou jeunes, pour qui une légère présence de sucre rend le vin plus agréable à boire. En revanche, le sucre rend également le vin plus lourd et peut masquer certains arômes qui s'expriment plus finement avec de la fraîcheur et davantage d'acidité. Une douceur trop prononcée peut étouffer la complexité d'un vin.

¹¹ Il s'agit des arômes dits «primaires» qui caractérisent les cépages dits aromatiques (ainsi le chasselas n'est pas un cépage aromatique), comme le sureau, le cassis ou le pipi de chat d'un sauvignon blanc, la noisette d'un chardonnay, l'amande d'un johannisberg, les agrumes et la rhubarbe dans une petite arvine, le poivre et les épices d'une syrah, l'abricot d'un viognier, la cerise noire d'un cornalin, etc.

¹² Par exemple la fumée froide ou le bois brûlé mouillé pour un gamay de Fully.

Aspect visuel	L'aspect visuel d'un vin renvoie à la couleur de la robe (qu'il s'agisse d'un blanc, d'un rosé ou d'un rouge), à la brillance ainsi qu'à la limpidité du vin. Le mode de vinification, notamment la filtration, mais aussi le temps de contact (macération) des pellicules des raisins avec le moût ou encore la puissance et la durée du pressurage ont un impact sur l'expression de cette valeur. En outre, la présence d'une plus grande quantité de particules en suspension (principalement des résidus post-fermentaires) a un impact sur le goût du vin par le biais de sa texture en bouche. Ainsi, une clarification très élevée du vin avant sa mise en bouteille limite le développement de certaines caractéristiques organoleptiques, mais aussi celui d'éventuelles contaminations du vin.
Valeurs symboliques	
Vin d'exception	Cette valeur est associée à des vins bénéficiant d'une réputation prestigieuse, généralement issue d'un label «Grand cru», ou découlant de la renommée de l'appellation ou du producteur. Ces vins affichent des prix plus élevés, voire astronomiques s'ils sont sujets à spéculation. Leur valeur dépend également du millésime, et il s'agit de vins de garde, par opposition à un vin facile à boire ou de soif, qui est consommé dans l'année qui suit le millésime.
Vin typique	Cette valeur renvoie aux vins dont les caractéristiques organoleptiques, mais également les procédés de vinification, correspondent à un style qui est reconnu, dans un consensus plus ou moins large, comme typique d'une certaine appellation par les acteurs, producteurs comme consommateurs (comme les vins oxydés du Jura). Un vin typique peut également correspondre à un cépage particulier associé à une certaine région et/ou explicitement associé à un patrimoine (ainsi le gewurztraminer en Alsace, la petite arvine en Valais ou encore le chasselas dans le canton de Vaud).
Réputation de l'appellation/ de la marque	Cette valeur correspond à la recherche de notoriété, généralement dans de nouveaux marchés et auprès de nouveaux consommateurs pour l'appellation d'un vin. Dans la pratique, elle est très proche de la différenciation même de la ressource, mais elle s'en distingue toutefois dans la mesure où certains acteurs (ou certains aspects de l'organisation de la ressource) sont explicitement tournés vers la recherche/l'accroissement de la réputation. En outre, il convient de relever que nous considérons ici autant la réputation d'une appellation que d'une marque privée, sans chercher à les mettre dos à dos. Cela correspond à la démarche englobante proposée ici et qui postule un <i>continuum</i> de logique d'action entre marques et appellations sous label AOC (voir le point 3.7: Postulats et hypothèses). En outre, une marque vient parfois compléter une AOC, dans le but de renforcer la différenciation de l'appellation, ou de la marque. Le nom d'un producteur, même s'il ne correspond pas formellement à une marque privée, peut être assimilé à celle-ci en termes d'outil de différenciation complémentaire (ou parfois rival) à une appellation.

Vin naturel	<p>Cette valeur renvoie aux vins produits selon les principes de la biodynamie ou de l'agriculture biologique ou selon des critères équivalents. Nous pensons que cette valeur est recherchée par les acteurs lorsque les producteurs la revendiquent même sans être certifiés bio ou Demeter (biodynamique), et c'est pourquoi le terme de vin naturel est préféré à celui de vin bio : il s'agit généralement de types de vins clivants sur le plan sensoriel, notamment pour les surprises organoleptiques qu'ils peuvent réserver aux consommateurs non avertis. Cette valeur symbolique est ainsi souvent rivale de certaines valeurs sensorielles ou avec la valeur symbolique vin typique par exemple. En revanche, elle est très souvent combinée à l'expression du terroir ou à la recherche de texture. La valeur de vin naturel n'est pas systématiquement communiquée sur l'étiquette, alors même que des domaines parmi les plus prestigieux produisent en biodynamie (par exemple la Romanée-Conti¹³ en Bourgogne, dont les bouteilles, les plus prisées au monde, sont vendues à environ 8 000 € le flacon¹⁴).</p>
Autonomie/ indépendance	<p>Cette valeur renvoie à l'indépendance dont bénéficient les producteurs (essentiellement les vigneron-encaveurs) dans leurs choix vitivinicoles. Ceux-ci peuvent en effet choisir en toute autonomie le type de vin qu'ils souhaitent produire, comment le produire ainsi que décider à qui ils le vendent – ou non. Elle est associée à un niveau de compétence professionnelle généralement élevé. En contrôlant l'ensemble de la chaîne de production, de la vigne à la commercialisation, ces producteurs bénéficient d'une autonomie qui alimente, du point de vue du consommateur, la diversité de l'offre en termes de types de vins disponibles. Sous l'angle de l'action collective, la poursuite de cette forme de valeur peut s'opposer à un investissement des acteurs dans l'ARL en faveur du développement de la ressource.</p>
Paysage identitaire	<p>Cette valeur renvoie premièrement à la façon dont les vignes sont cultivées et à l'impact structurant qu'elles peuvent exercer sur le paysage (coteaux de vignes en terrasses, plaines couvertes de vignes, etc.). Deuxièmement, il s'agit aussi du paysage existant antérieurement et autour de la culture de la vigne et à la façon dont celui-ci est intégré à la ressource. Le paysage ainsi engendré correspond à un support d'identité pour une partie des acteurs locaux et contribue au potentiel de promotion de la ressource et, éventuellement, à sa dimension patrimoniale. Cette valeur constitue une aménité pour les consommateurs (mais également pour les non-consommateurs de vin) qui peuvent en bénéficier et l'observer <i>in situ</i> ou par le biais de supports imagés, promotionnels ou culturels.</p>

¹³ <http://avis-vin.lefigaro.fr/connaître-deguster/o19724-mythe-des-mythes-la-romanee-conti>.

¹⁴ Selon un article paru fin 2014 : <http://www.slate.fr/story/95451/romanee-conti>.

Lien social

Cette valeur se décline sous plusieurs formes. Le travail, parfois collectif, des producteurs (vignerons, vigneron-encaveurs, coopérateurs, etc.) peut contribuer à la vie sociale locale, notamment des sociétés ou associations locales ou encore aux activités culturelles. En outre, la production vitivinicole s'avère être un objet particulièrement politisé en Suisse, et l'organisation institutionnelle qui encadre les appellations peut contribuer à enrichir le lien social de leurs protagonistes. Enfin, le lien social qui s'établit entre les fournisseurs de raisin et leur encaveur¹⁵ peut parfois également être un élément important qui produit de la stabilité entre les acteurs. Les «vignerons du samedi» en Valais, qui exploitent de petites parcelles de vignes à temps et à fonds perdus en famille pour maintenir une activité identitaire à laquelle ils sont encore attachés, illustrent une des formes que peut prendre cette valeur.

Contenant distinctif

Cette valeur s'incarne par l'utilisation d'une bouteille ou d'un verre à la forme spécifique¹⁶ qui permet de distinguer et de lier un vin à une certaine origine ou qualité, et dans les cas qui nous intéressent, plus spécifiquement à une appellation. Il s'agit d'une valeur qui est généralement combinée à la recherche de valeurs telles que vin d'exception, vin typique, à la réputation de l'appellation ou encore à des valeurs sensorielles spécifiques, lorsqu'il s'agit de la forme donnée à un verre (le verre Central Otago Pinot Noir par exemple).

Valeurs économiques**Flux de revenus pour chaque type d'acteurs**

C'est la forme de valeur la plus évidente, dans la mesure où elle est nécessaire, à quelques exceptions près, à la poursuite de toute activité commerciale. Il s'agit ici des revenus financiers que les acteurs parviennent à dégager de leur participation dans l'exploitation de la ressource et qui trouvent leur source dans le prix que les consommateurs acceptent de payer pour chaque bouteille et, beaucoup plus marginalement, pour les visiteurs qui consomment uniquement le paysage. Ces revenus peuvent prendre la forme d'une rente foncière pour les propriétaires de parcelle de vigne dans une appellation réputée, du produit de la vente de raisins pour les vignerons, de bouteilles pour ceux qui les commercialisent ou encore de chiffre d'affaires supplémentaire pour les opérateurs touristiques.

¹⁵ En Valais, les contrats de livraison de la vendange sont très rarement fixés par écrit, mais ils révèlent une forte stabilité d'une année à l'autre, ce qui structure une relation de confiance entre les acteurs.

¹⁶ Plusieurs parties de la bouteille peuvent être distinguées et varier. L'exemple le plus connu est probablement celui de l'ancienne bouteille de Chianti, ventrue, au fond rond et sertie de paille. En France, les bouteilles bordelaises se caractérisent par un fût (la partie la plus large de la bouteille) droit du fond jusqu'à l'épaule (la partie en entonnoir qui relie le fût au col de la bouteille). La bouteille bourguignonne a, au contraire, un fût plus large et une épaule plus progressive. La «flûte» alsacienne est plus longue et plus fine, avec un évasement très progressif de l'épaule. La bouteille Jura a une épaule haute plus large que le fond. La bouteille de l'appellation «Muscadet sur Lie» a un fût court mais droit et une épaule longue et progressive jusqu'au col, etc. Ces caractéristiques visuelles propres à une région ou à une appellation assurent une distinction et une identification supplémentaires des vins qui en sont originaires et contribuent ainsi de façon symbolique à la définition des vins en question. Précisons que, contrairement aux trois dernières citées en exemple,

3.6 UN ARRANGEMENT INSTITUTIONNEL TOURNÉ VERS LA DIFFÉRENCIATION

La relation de causalité générale qui fait tenir ensemble les acteurs, la ressource et les institutions est synthétisée sous la forme d'un tableau présenté en conclusion de ce chapitre (Tableau 2). Elle part des jeux d'acteurs et aboutit à la mise en place d'un certain type d'arrangement. Cette section présente l'élément central du cadre conceptuel de façon relativement segmentée et dans un ordre qui n'est pas exactement celui de la relation de causalité proposée par notre recherche. Cette segmentation est cependant plus propice à une explication de la logique (et correspond plus fidèlement à l'historique) de l'élaboration conceptuelle de cette étude. C'est premièrement la notion de différenciation qui est discutée, puis les caractéristiques et les dimensions internes de l'ARL qui sont opérationnalisées.

3.6.1 Différenciation

Le présent ouvrage postule que l'interaction des trois constituants qui fait émerger la ressource est dirigée vers la différenciation de cette dernière. L'existence même de la ressource est indissociable de sa capacité à se différencier; la perte totale de la différenciation, si elle peut éventuellement correspondre à la production de raisin ou d'un vin générique, ne permet plus de fournir les différentes formes de valeurs que la ressource parvient à produire lorsqu'elle est à même de se différencier. C'est ce qui mène à la disparition de la ressource. La dimension de la différenciation est peu thématifiée par les analyses RIR portant sur d'autres types de ressources (eau, forêts, information), mais elle s'avère ici centrale pour la conceptualisation de la ressource.

La différenciation n'implique pas que les valeurs produites par la ressource¹⁷ en fassent nécessairement un produit exceptionnel ou prestigieux, comme un grand cru de Bourgogne. Le terrain empirique de la recherche ne se limite pas à l'étude des « grands vins ». Cet attribut (le fait d'être un vin disposant d'un label « Grand cru ») n'est qu'une des formes de valeurs que peut fournir la ressource d'une certaine appellation. La différenciation, dans la logique d'une économie globalisée qui amène les produits agricoles à la recherche d'un avantage

le cahier des charges des appellations bordeaux et bourgogne ne requiert pas l'utilisation d'une bouteille à forme spécifique.

¹⁷ Les auteurs des RIR évoquent une production de « biens et services » par la ressource. Pour des raisons de cohérence avec les deux premiers axes de la littérature passée en revue, je leur préfère le terme de « valeurs ». Si la terminologie change, la logique reste identique, notamment en ce qui concerne les rivalités d'usage qui peuvent apparaître entre la recherche (et le prélèvement) de l'une ou l'autre forme de valeur (voir infra).

différenciatif (Pecqueur, 2006), constitue ainsi la clé de voûte de l'ensemble des valeurs dégagées par la ressource.

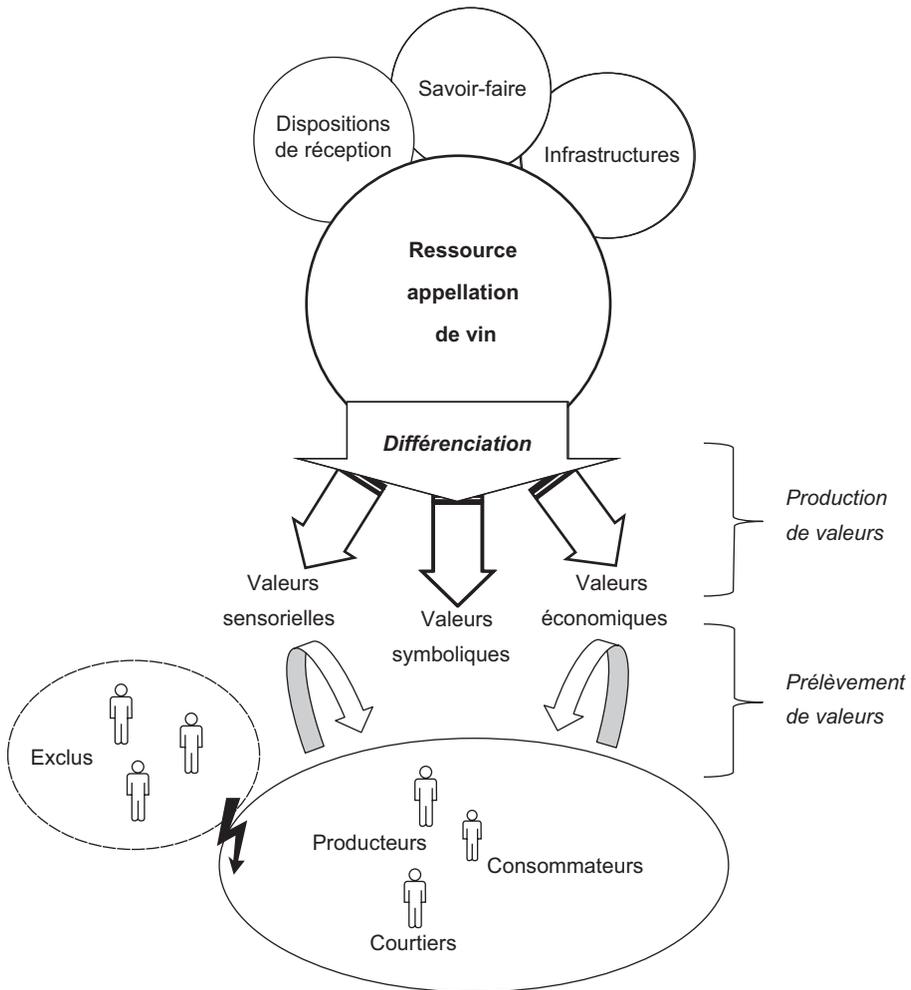
L'ajustement des éléments constitutifs décrits plus haut implique que les acteurs-usagers de la ressource se reconnaissent entre eux comme étant liés par un « même » produit, le vin de leur appellation, qui se distingue d'autres vins et d'autres appellations; en d'autres termes, il s'agit pour eux de tracer le périmètre de la ressource, tant en termes de substance que d'acteurs. La contrepartie de cette liaison des acteurs autour d'un produit est – comme relevé dans le premier axe de la littérature – un certain niveau de conflictualité dans la création de rareté qui distingue la ressource. Les acteurs sont donc bien en rivalité pour la définition de, et l'accès à, la différenciation de la ressource. L'ajustement des éléments constitutifs fait donc littéralement « apparaître » la ressource « appellation de vin », un objet social distinct d'autres objets sociaux plus ou moins comparables. Un fendant valaisan (de l'appellation Fully par exemple) n'est pas un chasselas vaudois (de l'appellation Epesses), quand bien même il peut être difficile pour un consommateur inexpérimenté de faire la différence entre ces deux vins issus du même cépage. Le raisonnement se poursuit *a fortiori* pour des vins dont la mention du cépage est combinée à celle de l'appellation: un sauvignon blanc de Satigny (canton de Genève) doit être distinct d'un Marlborough sauvignon blanc (Nouvelle-Zélande).

Il apparaît empiriquement (Laesslé, 2014) que les acteurs impliqués dans la production de produits locaux cherchent régulièrement à accentuer cette différenciation, en donnant à leur produit des caractéristiques fortes. Cette construction de l'avantage différenciatif se distingue de la logique de l'avantage comparatif (au sens de Ricardo) fondé sur les coûts de production. Dans le cadre de la concurrence internationale, le marché suisse des vins accueille une part croissante de vins produits à des coûts largement inférieurs à ceux observés pour une production équivalente en Suisse, notamment dans des zones de culture en pente et en terrasses. Les appellations de vins suisses sont dès lors appelées à se différencier et à produire des formes de valeurs distinctes de celles de leurs concurrents aux prix plus compétitifs (voir point 2.3.2).

La Figure 9 synthétise la construction conceptuelle de la ressource. On voit clairement la dimension « amont » de celle-ci, par opposition à la production de valeurs, qui se situe à son aval. Cette illustration fait bien sûr écho à la Figure 1 représentant les groupes d'enjeux qui se détachent des deux premiers axes de la littérature.

Le « travail » des acteurs sur la ressource s'exerce ainsi en amont de celle-ci, par le biais des ressources d'action (leur capacité à agir) dont ils sont dotés ou dont ils parviennent à se doter, pour façonner les règles de l'ARL ou les (ré)agencer d'une manière spécifique (voir 3.7 Résultats et hypothèses, *infra*).

Figure 9 Représentation schématique de la ressource



Tiré de Laesslé, 2012

Encadré 3. Enjeu de la distribution des valeurs de la ressource

Les caractéristiques des valeurs sont indissociables de l'articulation institutionnelle des constituants de la ressource (voir ainsi Bowen, 2010). Lorsque les techniques de fabrication d'un vin sont modifiées, ses caractéristiques gustatives ne sont plus les mêmes. Le profil de valeurs de la ressource change. Cela signifie que des consommateurs (ou producteurs) attachés à un certain goût (valeur sensorielle), qui était peut-être pour eux le goût « typique » (valeur symbolique) de l'appellation, ne pourront plus bénéficier de l'usage de cette valeur. Or, si le goût se rapproche de

celui de produits « substitués » (comme des vins étrangers plus puissants), la différenciation diminue. Cependant, la différenciation ne correspond pas à un profil unique de la ressource : plusieurs voies de différenciation, c'est-à-dire plusieurs combinaisons entre les trois constituants de la ressource, sont possibles. Ces combinaisons différentes procurent des valeurs différentes aux acteurs et peuvent apporter à la ressource des formes variées. L'accès à un certain type de service constitue dès lors le stimulant de l'action des acteurs sur les règles de comportement, dans la mesure où ceux-ci vont se mobiliser pour défendre leurs intérêts.

En particulier, les acteurs attachés aux valeurs relevant de ce qu'ils considèrent comme un goût typique ou un vin traditionnel seront plus ou moins bien « servis », selon le type d'arrangement retenu. En d'autres termes, on ne peut pas affirmer que plus un produit est différencié, plus il est proche de la « tradition » ou « patrimonial ». Réciproquement toutefois, il est vrai que ce sont les caractéristiques les plus « traditionnelles » du produit qui sont fréquemment mises en avant pour accroître la différenciation de la ressource. On peut ainsi citer la valorisation des (anciens) cépages « autochtones » en Valais (petite arvine, amigne, humagne, cornalin etc.) et dans le canton de Vaud (plant robert, servagnin), ou encore dans les Grisons avec le completer.

3.6.2 L'arrangement de régulation localisé

Les règles de comportement (institutions), formelles et informelles, qui attribuent des droits d'usage et des obligations aux acteurs-usagers de la ressource, font l'objet des jeux d'acteurs et les structurent simultanément. Ces règles trouvent leur origine dans deux sources distinctes :

1. Le système régulateur, c'est-à-dire des droits de propriété. Pour l'objet de notre analyse, il s'agit de la propriété des infrastructures (propriété foncière, propriété privée des installations de production) et surtout de la propriété intellectuelle sur la désignation des produits, *via* les AOC ou encore le droit des marques.
2. Les politiques publiques pertinentes, c'est-à-dire la politique agricole, d'aménagement du territoire, des denrées alimentaires et de la concurrence notamment.

Dans une optique transversale, on peut en outre distinguer deux *corpus* parmi ces deux sources de règles de comportement :

1. Le régime institutionnel (Gerber *et al.*, 2009 ; Knoepfel, 2007). Il est ici principalement constitué par : i) les règles transversales portant spécifiquement sur le type de bien produit par la ressource, soit les vins

et de manière plus générale les produits agricoles; ii) les règles relatives aux infrastructures de production (foncier, équipement); iii) les règles de propriété intellectuelle (réglementation générale sur les AOC). Toutes les règles du régime institutionnel sont, en principe, émises aux niveaux national et international¹⁸, mais dans le contexte fédéraliste suisse, il arrive qu'elles soient également formulées au niveau cantonal. Il s'agira avant tout des corps de règles suivants: loi sur le droit foncier rural¹⁹, loi sur l'aménagement du territoire²⁰, loi sur l'agriculture²¹, ordonnance sur le vin²², ordonnance sur les boissons alcooliques²³, code des bonnes pratiques œnologiques²⁴, ou encore loi cantonale sur l'agriculture²⁵.

2. Le cadre légal général, c'est-à-dire les règles transversales auxquelles les régimes institutionnels sont soumis. Il s'agit principalement des règles de la concurrence (Constitution fédérale²⁶, loi sur les cartels²⁷), des normes sanitaires (ordonnance sur les denrées alimentaires²⁸) et du droit général de la propriété intellectuelle.

Ces deux *corpus* sont, pour l'essentiel, emboîtés les uns dans les autres, à l'instar des «*nested institutions*» qualifiés par Ostrom *et al.* (1994, p. 46) et se recoupent partiellement. Il arrive cependant que les règles particulières dérogent, plus ou moins légitimement, aux règles générales. Ainsi, en Suisse, les règles relatives aux interprofessions AOC (non viticoles) dérogent – en partie – au droit de la concurrence (Chappuis, 2002). La présente analyse porte aussi sur un troisième *corpus* de règles, qui relève du niveau local et du périmètre de la ressource et qui forme, dans son ensemble propre et dans son articulation avec les niveaux de règles supérieurs (issues du régime comme du cadre légal

¹⁸ Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights: Annex 1C of the Marrakesh Agreement establishing the World Trade Organization, signed in Marrakesh, Morocco on 15 April 1994 (RS 0.632.20).

¹⁹ Loi fédérale sur le droit foncier rural du 4 octobre 1991 (RS 211.412.11) (*LDFR*, 1991).

²⁰ Loi fédérale sur l'aménagement du territoire du 22 juin 1979 (RS 700) (*LAT*, 1979).

²¹ Loi fédérale sur l'agriculture du 29 avril 1998 (RS 910.1) (*LAgr*, 1998).

²² Ordonnance sur la viticulture et l'importation de vin du 14 novembre 2007 (RS 916.140), (*Ordonnance sur le vin*, 2007).

²³ Ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques du 23 novembre 2005 (RS 817.022.110), (*Ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques*, 2005).

²⁴ Code des bonnes pratiques œnologiques (Interprofession des vins suisses, 2000).

²⁵ Loi sur l'agriculture et le développement rural du 8 février 2007 (RO/VS 910.1) (*LcADR*, 2007).

²⁶ Constitution fédérale de la Confédération suisse du 18 avril 1999 (RS 101) (*Cst*, 1999).

²⁷ Loi fédérale sur les cartels et autres restrictions à la concurrence du 6 octobre 1995 (RS 251) (*LCart*, 1995).

²⁸ Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels du 23 novembre 2005 (RS 817.02), (*ODAIous*, 2005).

général) un arrangement institutionnel qu'il est proposé d'appeler arrangement de régulation localisé ou ARL²⁹.

Dans la logique des régimes, la première « entrée » vers le niveau local passe par la question de la mise en œuvre des dispositions prévues par le régime institutionnel de la ressource, c'est-à-dire du « régime en action » (Knoepfel *et al.*, 2003). Toutefois, cette conception s'est avérée insatisfaisante³⁰, notamment par son caractère trop mécaniste, pour saisir la diversité des formes et des logiques des règles, éventuellement informelles, adoptées localement – et parfois « à la marge » de ce qui est prévu (de Buren, 2014) – dans l'exploitation d'une ressource.

C'est dans cette perspective que s'inscrit l'utilisation que nous proposons du concept d'arrangement de régulation localisé (ARL) (Aubin, 2007; Bréthaut, 2011; Knoepfel *et al.*, 2011; Schweizer, 2011) qui constitue, selon nous, le meilleur outil pour saisir l'organisation empirique du « mode de coordination des acteurs » soulevé par Kebir (2006, 2010) dans les situations spécifiques à chaque ressource analysée.

À l'heure actuelle, c'est Schweizer (2015; 2011) qui a formulé la définition la plus complète de l'arrangement de régulation localisé, en soulignant l'origine plurielle de la définition du concept³¹. De manière succincte, l'auteur rappelle, en termes de relations entre acteurs, règles institutionnelles et ressource, le sens auquel renvoie chacun des trois termes qui composent la terminologie du concept :

Premièrement, la notion d'arrangement

« renvoie à la dimension négociée et consentie des processus d'appropriation des règles [...]. [Il s'agit] d'un ensemble structuré de décisions, contrats, conventions, ententes interconnectés et potentiellement contradictoires par lesquels les acteurs répondent au problème soulevé [...]. [L'arrangement] renvoie à la matérialisation (formelle ou informelle) de l'action collective, aux outputs des processus d'appropriation » (2015, p. 91).

Deuxièmement,

« le terme de régulation fait référence à l'idée de règles en action, mises en musique à travers un ensemble dynamique et perpétuellement renégocié. Règles et régulation sont donc, conceptuellement, à distinguer : les premières renvoient

²⁹ Ce concept a fait l'objet de nombreuses discussions dans le cadre de multiples séminaires de recherche auxquels les chercheurs (doctorants comme seniors) de la chaire politique publique et durabilité de l'IDHEAP ont tous contribué, l'auteur y compris. La paternité et la maternité exacte de cet outil conceptuel est ainsi essentiellement collective, ce qui explique la diversité et la nature des références sur lesquelles il s'appuie.

³⁰ C'est au fil de ces mêmes séminaires ressources que les limites de la « mise en action » du régime ont été discutées, pour aboutir au concept d'arrangement.

³¹ Voir les deux notes précédentes.

au niveau général et abstrait du contexte institutionnel (“ce qui est prévu”), alors que la seconde traite du niveau individuel et/ou concret de l’action (“ce qui est activé”)» (2015, p. 91).

Troisièmement enfin, le qualificatif localisé

«renvoie à la dimension territorialement ancrée de l’ARL. Celui-ci se déploie à l’échelle d’un problème et d’un territoire spécifique et n’est, en principe, pertinent que dans ce cas précis [...]. Ce n’est pas le caractère plus ou moins local de l’ARL qui est déterminant, mais bien le fait qu’il se déploie à l’échelle d’un espace social particulier, délimité par le problème qui constitue le point de départ de l’analyse». (2015, p. 91)

L’objet de cet ouvrage porte – le lecteur l’aura compris – sur la construction de la ressource plutôt que sur la résolution d’un problème public. Mais les principes de l’ARL s’y appliquent de façon tout à fait analogue. En l’occurrence, l’ARL d’une appellation de vin est constitué par l’ensemble de la régulation définie au niveau du périmètre fonctionnel³² local propre à la ressource, et relativement à cette ressource particulière. Le cahier des charges d’un Grand cru AOC pour une commune valaisanne constitue ainsi une partie, formelle, de l’arrangement, portant plus spécifiquement sur une certaine catégorie de produits de la ressource, les vins Grand cru de l’appellation de cette même commune.

Ce sont les jeux des acteurs, engagés dans la construction de la ressource et dans la définition des usages possibles et des usagers légitimes, qui forment l’ARL et permettent d’orienter le comportement des acteurs vers une certaine interaction des constituants de la ressource et vers une certaine forme de différenciation :

«Représentant le produit de jeux d’acteur [l’ARL] vient trancher entre les différentes stratégies d’activation poursuivies et n’est, en ce sens, jamais neutre. Il récompense certaines stratégies, désigne les gagnants et les perdants du jeu, revêt une dimension nécessairement discriminante. Très concrètement, il impose certaines charges (d’entretien) et certaines limites (d’exploitation) et priorise certains usages, déterminant le cercle des ayants droit (ins) et des exclus (outs) [...].

En fonction des stratégies d’activation récompensées, l’ARL se situera plus ou moins à la marge des règles générales et abstraites auxquelles il est adossé. Il pourra ignorer, concrétiser, contourner, détourner ou compléter l’une ou l’autre de ces règles, le plus souvent de manière combinée [...]. Ne se limitant ni aux règles en action (mise en œuvre), ni aux arrangements à la marge (matérialisant

³² Le périmètre fonctionnel correspond à « un espace social plus ou moins clairement territorialisé, qui s’organise autour de rivalités pour l’accès, l’appropriation et la redistribution de biens et services dérivés de ressources naturelles, artificielles ou symboliques et nécessaires à la satisfaction de besoins ou à la réalisation d’activités » (Nahrath et al., 2009, p. 6).

un écart positif ou négatif), l'ARL est donc formé par l'agrégation de ces deux éléments :

ARL = règles en action + arrangements à la marge

L'ARL articule et reformule en ce sens le contenu des règles générales et abstraites. Il en vide certaines de leur substance, en concrétise d'autres, voire introduit de nouvelles régulations substantielles venant compléter ce qui est prévu.» (Schweizer, 2015, p. 98-99).

3.6.3 Dimensions de régulation de l'arrangement

Dans la conception détaillée qu'il propose, Schweizer distingue plusieurs «*fonctions de régulation*» qui caractérisent l'ARL «*quant au fond*» et sur lesquelles se cristallisent les jeux d'acteurs : la première porte sur l'allocation et l'attribution des ressources d'action ; la seconde sur la répartition des droits de propriété, d'accès ou d'usage ; la troisième règle les modalités concrètes d'exploitation ; la quatrième pourvoit les mécanismes d'arbitrage (Schweizer, 2015, p. 98).

C'est une lecture quelque peu différente qui est adoptée ici, suivant une typologie déjà développée ailleurs (Laesslé *et al.*, 2016), qui correspond davantage aux caractéristiques de la ressource étudiée dans cet ouvrage. Nous préférons notamment la notion de dimension à celle de fonction, moins fonctionnaliste et mécanique et, en ce sens, plus proche de notre appréciation des contingences de la réalité empirique.

Dans le cas de ressources complexes formées par l'interaction de plusieurs constituants, telles que les appellations de vin, il peut être considéré que l'ARL se décline en trois dimensions de régulation (DR) (Laesslé *et al.*, 2016) :

DR1 – règles d'appartenance

Il s'agit de la définition et de la répartition individuelle (*i. e.* en les attribuant à des acteurs déterminés et en les refusant à d'autres) et concrète (*i. e.* sur des valeurs déterminées) des éventuels droits de propriété, mais surtout des droits d'accès ou d'usage des valeurs de la ressource – priorisant ainsi certains usages au détriment d'autres et déterminant l'identité des ayants droit (*i. e.* usagers admis).

DR2 – règles d'exploitation et d'entretien

Il s'agit de la régulation des modalités concrètes de protection, de renouvellement (charges d'entretien) et d'exploitation de la ressource. Cette seconde dimension détermine également l'identité des acteurs composant la structure de gouvernance de la ressource (acteurs qui peuvent être ou non

les mêmes que les usagers de celle-ci). Dans la même logique que pour la préservation du stock d'une ressource naturelle, la ressource telle qu'elle est conçue ici ne peut être maintenue que par une action humaine spécifique. Dans cette optique, l'usage ajusté des constituants de la ressource qu'entraîne l'arrangement régulateur local, par rapport à d'autres usages possibles de ces éléments pris séparément, concrétise et distribue les charges d'entretien de la ressource.

Dans la pratique, les charges d'entretien se déclinent en coûts financiers (ou renoncement aux gains que permettrait un usage concurrent, donc indépendant, des constituants de la ressource, comme réaliser une opération immobilière sur une parcelle de vigne en zone constructible) et en implication temporelle et matérielle dans des activités de coordination.

Dans la même logique que celle qui concerne les rivalités pour l'accès aux valeurs produites par la ressource, les acteurs sont également en rivalité au niveau de la répartition des charges d'entretien. Les règles d'exploitation et d'entretien ou DR2 ont précisément pour but de stabiliser les obligations des acteurs envers la ressource (entretien). À titre d'exemple, produire dans les limites de rendement prescrites par la loi constitue une charge d'entretien. L'ordonnance fédérale sur la viticulture et l'importation de vin³³ régule – désormais – de la sorte la rivalité entre le vigneron voulant faire un usage productiviste de sa vigne et le consommateur désirant un vin de qualité.

C'est essentiellement à l'aune de cette dimension de régulation que l'on peut qualifier les comportements de « *free riding* » (passager clandestin, resquilleur) (Olson, 2011), historiquement à l'origine de l'invention des AOC françaises (Hinnewinkel, 2004) : certains acteurs vont chercher à bénéficier des valeurs produites par la ressource sans pour autant contribuer à son entretien.

DR3 – règles d'arbitrage

Cette troisième fonction porte sur les éventuels mécanismes de résolution *ex ante* ou *ex post* des rivalités et des problèmes auxquels la production et l'exploitation de la ressource pourraient mener/auraient mené.

Ces dimensions de régulation permettent d'opérationnaliser comment se réalise, d'une part, la coordination entre les trois constituants en « amont » de la ressource et, d'autre part, la distribution, en « aval » de la ressource, des valeurs qu'elle engendre.

Schématiquement, on peut considérer que les règles d'exploitation et d'entretien (DR2) de la ressource portent essentiellement sur la coordination

³³ Ordonnance sur la viticulture et l'importation de vin du 14 novembre 2007 (RS 916.140), art. 21.

spécifique des constituants de la ressource, alors que les règles d'appartenance (DR1) opérationnalisent l'accès et la distribution des différentes valeurs. Les règles d'arbitrage (DR3) sont, quant à elles, transversales dans la mesure où les rivalités peuvent apparaître aussi bien au niveau de la distribution des services que dans les modalités de coordination des constituants.

En termes d'intentionnalité et de dynamiques de jeux d'acteurs précisément, Schweizer propose sa conception de l'ARL avec l'ambition de rendre compte des « *stratégies d'activation du droit* » qui caractérisent les jeux d'acteurs dans le cadre des politiques environnementales (2015, surtout p. 76-99). Ce faisant, il retient une typologie des stratégies qui va de la simple passivité vis-à-vis des règles institutionnelles à l'innovation (nouvelle régulation locale) en passant par la concrétisation, le contournement et le détournement des règles issues du droit objectif (2015, p. 82).

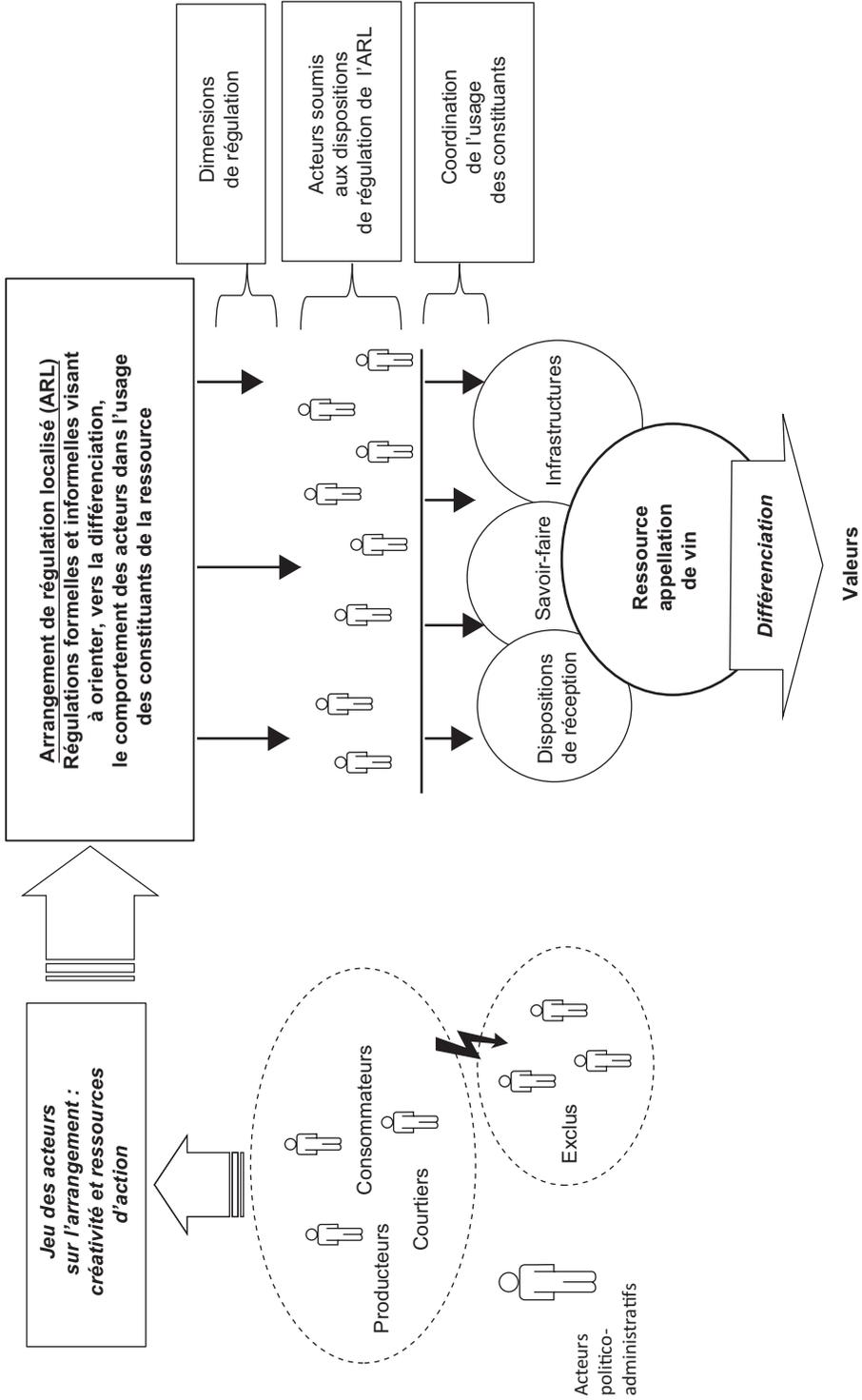
3.6.4 Créativité institutionnelle des acteurs

Quoique la recherche présentée dans cet ouvrage s'inscrive dans le prolongement des réflexions collectives sur l'ARL et adopte, par conséquent, l'essentiel des définitions correspondantes proposées par Schweizer, son « objet » nous amène à adopter un prisme conceptuel légèrement différent.

De fait, à l'aune des deux premiers axes de la littérature passée en revue, il apparaît que les modalités d'organisation des acteurs dans la construction territoriale de la ressource et dans sa mise en valeur (label AOC, marque, etc.) prennent des formes multiples, selon les spécificités de la ressource concernée. Surtout, c'est dans les nuances de l'organisation institutionnelle et des structures de gouvernance de chaque cas que semble résider le succès de la ressource dans la quête de la différenciation. Dès lors, nous mettons l'accent sur la créativité institutionnelle dont font preuve les acteurs et qui se reflète dans les modalités concrètes de régulation que revêt, *in fine*, l'arrangement.

Plus exactement, la créativité institutionnelle renvoie à la capacité locale des acteurs de contourner, d'ignorer, de détourner, de compléter ou enfin simplement de mettre en œuvre les règles institutionnelles du régime. Incidemment, elle témoigne de leur faculté à articuler la régulation locale avec les règles de niveau supérieur. La créativité institutionnelle des acteurs renvoie également à leur capacité à mobiliser de façon pertinente (à l'aune du développement et de l'exploitation de la ressource) les ressources d'action dont ils sont dotés, ou à se doter de ressources d'action supplémentaires. Ainsi, les ressources d'action disponibles et mobilisées alimentent les jeux d'acteurs et leur (éventuelle) créativité. En termes d'opérationnalisation, la créativité institutionnelle est appréciée de façon qualitative, à l'aune des spécificités de chaque cas.

Figure 10 Travail des acteurs sur l'ARL et effet de l'ARL sur la ressource



Adapté de Boisseaux et al. (2012)

Tableau 2 Synthèse du processus causal propre au cadre conceptuel

Niveau de variable	Variable	Caractéristiques
<i>Indépendantes</i>	Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Types d'acteurs en présence (autant publics que sectoriels), rapports de force, (possibilité d'alliances. Valeurs recherchées par chaque type d'acteurs et rivalités.
	Ressources d'action	Que les acteurs mobilisent ou dont ils parviennent à se doter: droit, consensus, soutien politique, argent, temps, etc.
	Créativité institutionnelle	Capacité locale à contourner, ignorer, détourner ou compléter les règles existantes et à les articuler avec les règles non locales (cantonales, nationales, etc.)
<i>Dépendantes</i>	Dimensions de régulation	Qui portent 1) sur les règles d'appartenance à la ressource, 2) sur les règles d'exploitation et d'entretien ou enfin, 3) sur les règles d'arbitrage
	Constituants touchés	Sur quel constituant de la ressource portent les dimensions de régulation: les infrastructures, les savoir-faire ou les dispositions de réception.

Le raisonnement causal tel qu'il est synthétisé par le Tableau 2 forme la grille d'analyse qui est appliquée à chaque étude de cas. Les valeurs effectivement produites par la ressource ne figurent pas en tant que variables dépendantes dans l'analyse, quand bien même elles constituent l'aboutissement du travail des acteurs sur l'ARL et découlent de la façon dont ce dernier encadre la formation et l'exploitation de la ressource. Il est apparu durant l'élaboration du modèle conceptuel (et à l'issue de premières confrontations exploratoires avec le terrain) qu'il n'était pas convaincant d'inscrire dans une démonstration causale les valeurs produites *in fine* par la ressource avec les variables indépendantes retenues. Nous avons dès lors décidé de prendre en compte les valeurs recherchées par les acteurs comme déterminantes de l'ARL, tout en sachant que le résultat final de la mobilisation de ceux-ci (dans le cadre du processus causal décrit dans le Tableau 2) aboutit à une ressource produisant une combinaison de valeurs susceptible de différer légèrement de celles recherchées au sein de la configuration d'acteurs. Les contingences de la réalité empirique, qui débordent les facteurs causaux que couvrent les trois variables indépendantes retenues dans ce travail, imposent ses limites au modèle et au raisonnement causal et nous amènent à laisser ouverte cette partie de la relation de causalité. L'analyse empirique indique cependant, nous allons le découvrir, que les valeurs recherchées par les acteurs qui s'impliquent dans la construction de la ressource correspondent pour l'essentiel – et en fonction des modalités prises par l'ensemble des variables indépendantes – à celles que la ressource produit *in fine*.

3.7 POSTULATS ET HYPOTHÈSES

Sur la base de ce qui précède, il est maintenant possible de formuler une série d'hypothèses afin de répondre aux questions de recherche. En amont des hypothèses, notre étude s'appuie sur plusieurs postulats, dont certains sont déjà apparus en filigrane de la discussion conceptuelle menée jusqu'à présent. Ces postulats contribuent à «faire tenir ensemble» les différentes pièces conceptuelles du cadre que nous proposons. Il est important de souligner ici leur caractère de postulat, c'est-à-dire qu'ils découlent des enseignements de la littérature et de notre propre contribution à la réflexion suscitée par la littérature. En tant que postulats, ces propositions n'ont, en outre et par définition, pas vocation à être vérifiées.

Le premier postulat consiste à considérer que la logique qui fonde la mise en relation des constituants de la ressource est dirigée vers 1) la différenciation de cette dernière sur les marchés et 2) vers la production par la ressource de trois formes de valeurs.

Le second postulat vient – en partie – combler le vide normatif laissé par le rejet de la prise en compte dans cet ouvrage de la notion de durabilité, pourtant intimement liée à la construction conceptuelle des RIR. En revanche, l'analyse que nous proposons postule que les trois formes de valeur qu'engendre la ressource doivent être produites toutes les trois, et dans un certain équilibre, pour que la ressource continue d'exister et puisse encore être considérée en tant que ressource au sens de l'analyse que nous développons. Cette posture implique que si la ressource ne produit plus, par exemple, que des valeurs économiques, l'ARL est devenu inopérant et la ressource est vouée à disparaître. Cette question de l'équilibre des valeurs a également été posée par Nicol (2009) dans son analyse des biens et des services procurés par les ressources immobilières. Les résultats de sa recherche n'ont toutefois pas permis de déterminer si un déséquilibre dans les types de services produits avait ou non un effet sur la durabilité des ressources immobilières (Nicol, 2009, p. 144-147). Dans le sens que nous lui donnons ici, le postulat de l'équilibre des valeurs a pour but de concrétiser et de prendre au sérieux la notion d'«*embeddedness*» et l'explication de l'encastrement des activités économiques dans la sphère sociale proposée par Polanyi (2004) et reprise plus spécifiquement par Barham (2002) et Bowen (2010). Ce postulat de l'équilibre se prolonge en partie, sous une forme plus spécifique, dans l'une des hypothèses qui suivent.

À la lumière de la revue de la littérature, de la proposition conceptuelle qui en découle et des postulats qui précèdent, nous proposons les hypothèses suivantes afin d'apporter des réponses aux questions de recherche qui découlent de la problématique abordée par notre étude :

Q₁) Comment les acteurs locaux de la vitiviniculture se sont-ils adaptés et prennent-ils part à la libéralisation et à la globalisation du marché du vin? Comment se saisissent-ils de la régulation existante?

⇒ H₁: Les acteurs locaux ont réagi et pris part à la libéralisation et à la globalisation du marché du vin en s'organisant au niveau local, par le biais de

régulations formelles et informelles dans le cadre d'un arrangement (ARL), afin de sécuriser l'accès aux valeurs symboliques, sensorielles et économiques qu'ils retirent d'une appellation de vin.

Q₂) Comment expliquer la formation des valeurs issues d'une appellation de vin et leur distribution entre les acteurs impliqués dans la filière?

- ⇒ H_{2a} : Les acteurs définissent de façon créative les règles de l'arrangement en complétant, contournant ou ignorant les règles en vigueur (notamment les politiques publiques), afin d'orienter le profil de différenciation de la ressource vers des valeurs qui leur sont favorables.
- ⇒ H_{2b} : Les valeurs sensorielles et symboliques sont particulièrement structurantes pour l'implication des acteurs dans l'ARL.
- ⇒ H_{2c} : Si l'ARL assure une répartition des valeurs tirées de l'appellation de vin (goût, aspects symboliques, profits) qui est considérée comme équilibrée par les acteurs-usagers, alors il permet de surmonter les rivalités locales, ce qui renforce l'implication des acteurs dans la construction et l'entretien de la ressource.

Q₃) L'existence d'un dispositif AOC (en Suisse) conduit-elle à des arrangements institutionnels différents de ceux que l'on observe en son absence (dans le Nouveau Monde)?³⁴ Si oui, quelle est la nature de ces différences: s'agit-il d'un antagonisme marqué comme le suggère l'opposition entre un Nouveau Monde « des marques, des cépages et industriel » et un Vieux continent « des AOC, des terroirs » ou au contraire davantage d'un continuum?

- ⇒ H_{3a} : Les modalités des ARL s'inscrivent dans un *continuum* d'action collective locale – usage combiné de marques privées, d'indications géographiques, de mention de cépage – et non dans un antagonisme marqué.
- ⇒ H_{3b} : L'existence d'un dispositif AOC fournit des conditions (néanmoins) favorables à ce que les acteurs locaux élaborent un arrangement régulateur orienté vers la production d'une plus grande variété de valeurs.

³⁴ L'hypothèse renvoie évidemment à la troisième partie cet ouvrage. Ce n'est qu'à son terme qu'il sera possible de répondre à cette hypothèse.

CHAPITRE 4

DESIGN ET MÉTHODE

La focale du présent ouvrage porte sur les jeux d'acteurs qui sont à l'origine de la construction et de l'exploitation de ressources communes formées par les appellations de vin. Au vu des hypothèses formulées au terme du chapitre précédent, l'enjeu consiste à se doter d'un design de recherche susceptible de fournir une matière empirique sous une forme adéquate. Le choix de s'en remettre à un design prenant la forme d'un petit nombre d'études de cas analysés en profondeur selon une démarche qualitative s'est rapidement imposé comme étant la meilleure option.

4.1 DESIGN

Nous nous sommes appuyés sur une matière empirique qui s'est étoffée au-delà des prévisions du projet de recherche initial, grâce notamment à un séjour de recherche dans le vignoble néo-zélandais. L'apport relativement tardif de ce (riche) matériel (Laesslé, 2016) a imposé une certaine adaptation de la structure du design de recherche. La conception en quatre parties de cet ouvrage en est le résultat. Car les études de cas néo-zélandaises, une fois ajoutées aux études de cas suisses, posaient un problème d'équilibre dans la démarche analytique. C'est pour cette raison qu'elles font l'objet d'une partie (la troisième) qui leur est propre. Ainsi, les deux premières parties de l'ouvrage pourraient éventuellement être lues sans la troisième, indépendamment de la profondeur de champ supplémentaire que cette ouverture sur un pays « du Nouveau Monde du vin » vise à apporter, *in fine*, à notre recherche dans son ensemble. Le design imbriqué présenté ici, initialement prévu pour des cas issus du contexte suisse, fait l'objet d'une précision en introduction de la troisième partie, qui justifie notamment la sélection des cas néo-zélandais. Ce complément au design permet d'ouvrir la réflexion à ces cas du Nouveau Monde et d'articuler leur analyse avec celle conduite au fil de la seconde partie de ce travail. La prise en compte de ces résultats sous une forme comparative dans les conclusions de l'ouvrage se révèle d'autant plus évidente que la démarche de recherche comme le modèle

conceptuel utilisés en Nouvelle-Zélande sont identiques à ceux employés sur le terrain en Suisse.

La matière empirique est ainsi constituée de six études de cas. Quatre sont tirées de deux contextes institutionnels¹ distincts en Suisse et de deux en Nouvelle-Zélande. Il s'agit en Suisse de deux appellations communales au sein du canton du Valais, d'une région viticole² et d'un lieu de production dans le canton de Vaud, et, en Nouvelle-Zélande, de deux régions de production situées sur l'île du sud.

Les cantons en Suisse, du fait des compétences que le régime institutionnel dans lequel ils sont inclus leur attribue, constituent un niveau intermédiaire – qualifié donc de contexte institutionnel – dans lequel se déploient les ARL.

4.1.1 Définition des cas

Les études de cas ont pour but de mettre en évidence les ARL qui font émerger des appellations de vin. La définition d'un cas, telle qu'elle est proposée par Gerring, est particulièrement adaptée à notre objet, notamment par la considération qu'elle accorde à sa dimension spatiale :

« Cases connotes a spatially delimited phenomenon (a unit) observed at a single point in time or over some period of time. It comprises the type of phenomenon that an inference attempts to explain. [...] Each case may provide a single observation or multiple (within-case) observations [...] A case study may be understood as the intensive study of a single case where the purpose of that study is – at least in part – to shed light on a larger population. » (Gerring, 2007, p. 19-20)

En suivant la logique de Gerring (2007), les cas sont définis ici en suivant la délimitation institutionnelle d'un périmètre géographique. Concrètement, ce sont les cantons qui sont compétents en Suisse pour définir les AOC viticoles³, dans le cadre de critères généraux fixés dans la législation et la réglementation fédérale. Dans la mesure où les aires géographiques des multiples appellations de Suisse sont déjà définies (au niveau spatial pour le moins) dans les législations et les réglementations cantonales correspondantes, c'est cette définition qui est retenue pour fixer le périmètre de chaque cas. En outre, au sein d'un même

¹ Le terme de contexte institutionnel renvoie à « [l']ensemble des règles dont le contenu est prédéfini [...] dans lequel les acteurs établissent leurs stratégies d'activation » (de Buren, 2014, p. 79).

² La terminologie juridique qui distingue les différents niveaux et types d'aires de production diffère bien entendu selon leurs caractéristiques respectives et varie d'un canton à l'autre ; toutefois, en tant que ressource, chacune correspond, selon nous, au concept « d'appellation de vin », même si le terme exact « d'appellation » ne correspond pas systématiquement à la définition qui figure dans les lois et les règlements correspondants.

³ Contrairement aux AOC non-viticoles, qui relèvent de la compétence de la Confédération (Stéphane Boisseaux & Barjolle, 2004).

canton, ces périmètres peuvent être fixés à un échelon différent si les recherches exploratoires indiquent que c'est à ces niveaux respectifs que se situent les rivalités et les jeux d'acteurs les plus intéressants. En l'occurrence, les deux cas vaudois montrent une telle différence d'échelon : selon la réglementation vaudoise, l'appellation *Féchy* (cas 2) est un « lieu de production », parmi plusieurs lieux de production inclus dans la « région viticole » de *La Côte* ; en revanche, *Lavaux* (cas 1) est une appellation de « région viticole », qui couvre une aire géographique plus large contenant plusieurs « lieux de production ». Sur ce plan, les deux cas valaisans sont toutefois identiques : il s'agit de deux appellations communales, *Fully* et *Chamoson*.

Au-delà de la question spatiale/géographique, le reste (ou l'essentiel) de ce qui constitue la matière des cas – à savoir l'ensemble des « pièces » institutionnelles qui forment chaque ARL – peut partiellement déborder le périmètre exclusif de l'appellation en question. Il est ainsi possible qu'une structure institutionnelle (comme la marque Valais excellence) ne soit pas spécifique (exclusive) au cas. Le critère de prise en considération retenu ici étant que les jeux d'acteurs qui font entrer ces institutions dans l'arrangement local sont dirigés vers la différenciation de la ressource, donc propres au cas étudié.

Dans la littérature traitant des méthodologies de recherche relatives aux études des cas (entre autres : George & Bennett, 2005 ; Gerring, 2001, 2004, 2007 ; King, Keohane, & Verba, 1994 ; Ragin, 2000 ; Ragin & Becker, 1992), l'enjeu de la définition du cas est présenté de la façon la plus intéressante, selon nous, par la question que posent Ragin et Becker (1992, p. 6) : « *What is this case a case of?* »⁴. Cette interrogation de fond est particulièrement appropriée pour l'objet d'étude de cet ouvrage et pour les questions de recherche qu'elle se pose (des questions ouvertes, formulées en « comment »). De fait, Ragin et Becker soulignent que cette question centrale, qui renvoie la définition du cas à l'identification de sa vraie nature (au-delà des critères objectifs, par exemple géographiques, qui en fixent les contours), mérite parfois de rester ouverte jusqu'à la fin de la recherche :

« The less sure the researchers are of their answers, the better their research may be. From this perspective, no definite answer to the question “What is a case?” can or should be given, especially not at the outset, because it depends. The question should be asked again and again, and researchers should treat any answer to the question as tentative and specific to the evidence and issues at hand. Working through the relation of ideas to evidence answers the question “What is this a case of?” » (Ragin & Becker, 1992, p. 6).

Nous adoptons pleinement cette perspective « ouverte » s'agissant de la définition fondamentale des cas et nous comptons pouvoir répondre à la question du *what is this case a case of* en conclusion de ce travail, sur la base

⁴ Littéralement : « De quoi ce cas est-il le cas ? »

notamment d'éventuelles dimensions – à définir en conclusion – permettant de qualifier les ARL correspondant à chacun des cas.

4.1.2 Design imbriqué

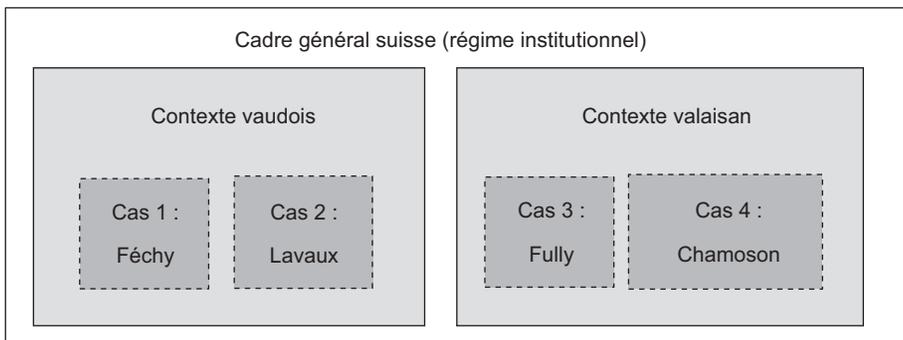
Cette section anticipe en partie sur la suivante, dédiée à la logique de sélection des cas. Pour faciliter la lecture, nous pensons toutefois opportun de présenter à ce stade déjà la logique générale du design de recherche. Les quatre études de cas suisses sont distribuées entre les deux principaux cantons viticoles du pays, qui couvrent plus de la moitié de la production nationale de vin. Ces deux cantons ont l'avantage de se distinguer l'un de l'autre sur deux points particulièrement stimulants pour notre propos : leur logique de définition des aires géographiques des AOC premièrement ; la variété de leur encépagement ensuite. Alors que les deux tiers de l'encépagement du canton de Vaud sont constitués de chasselas, le canton du Valais propose une plus grande variété de cépages⁵ et en a fait un principe de différenciation au niveau national. Ce faisant, on voit déjà émerger, sous ces traits, l'opposition présentée dans la littérature entre la logique de valorisation des cépages et la logique des appellations.

Sélectionnés parmi ces deux cantons, les quatre cas forment ainsi un design « imbriqué », qui permet d'enrichir l'analyse et la discussion conclusive par les enseignements d'une comparaison croisée.

Figure 11 Représentation schématique du design imbriqué

Design imbriqué

Quatre cas répartis dans deux contextes, dans le cadre de la Suisse



Adapté de Laesslé, 2012

⁵ Plus exactement : une plus grande variété parmi les cépages *importants en termes de part respective qu'ils occupent dans l'assortiment du canton*. En valeur absolue cependant, on recense environ le même nombre de cépages dans les deux cantons, soit une cinquantaine (donnant droit à une AOC), un nombre élevé en comparaison internationale. Formulé autrement, parmi cette cinquantaine de cépages, beaucoup sont produits dans une proportion infime, surtout dans le canton de Vaud.

La logique adoptée consiste à sélectionner des cas d'étude au sein de chaque canton, sur la base de leurs spécificités actuelles, puis à remonter le temps afin de déconstruire et reconstruire les processus ayant conduit à l'ARL qui donne sa forme actuelle à la ressource dans chacun des cas. Cela permet dans un premier temps de mettre chaque cas en perspective avec l'évolution du cadre cantonal et, dans un second temps, de comparer les deux dynamiques globales observées dans chaque canton.

4.1.3 Sélection des cas

La logique de la procédure de sélection de cas peut correspondre à différents objectifs de recherche. Seawright & Gerring (2008) distinguent sept types de cas qui peuvent être retenus, selon la procédure choisie et les besoins de la recherche : les cas sélectionnés peuvent être typiques, divers, extrêmes, déviants, influents, les plus similaires, ou encore les plus différents.

Les logiques de sélection proposées par Seawright & Gerring (2008), bien qu'elles s'adressent également à des recherches qualitatives, martèlent des références de principe à une logique d'analyse quantitative (fondée sur de larges échantillons, « *large N analysis* ») et, notamment, au principe de représentativité de l'échantillon des cas par rapport au reste de la population. Or, il nous semble que la représentativité n'est jamais sérieusement envisagée autrement que sous la forme sacro-sainte de la représentativité statistique, traduite tant bien que mal dans les préoccupations du chercheur usant de méthodes qualitatives. Ce « stigmatisme » de la prééminence des méthodes quantitatives se retrouve, à notre sens, de façon similaire dans de nombreux travaux discutant les méthodologies convenant aux études de cas, (voir p. ex. Adcock & Collier (2001) ou Gerring (2004)).

Parmi les auteurs influents qui discutent ces profonds enjeux méthodologiques, James Mahoney et Gary Goertz (2006), au détour d'un tableau synthétique opposant quantitatif et qualitatif, font émerger dix critères de sélection des cas. Plusieurs de ces critères correspondent pleinement à la démarche adoptée ici et nous paraissent satisfaire au mieux autant à l'objet de recherche qu'aux enjeux soulevés par la littérature passée en revue – des enjeux qui se traduisent bien entendu dans les questions de recherche et dans les hypothèses. Mahoney & Goertz (2006, p. 229) soulignent ainsi, notamment, que la logique qui distingue l'approche qualitative d'une démarche quantitative⁶ se traduit par le fait (entre autres) que :

1. Ce sont les concepts qui figurent au centre de l'attention (en l'occurrence, le concept de ressource).
2. La conception de la démarche explicative consiste à expliquer des cas individuels.

⁶ Le lecteur peut se reporter à l'article en question pour un aperçu du pendant quantitatif à chacun des points qualitatifs reproduits ici.

3. L'évaluation de la pertinence des outils théoriques est sensible aux observations individuelles.
4. Ce sont les cas substantiellement importants qui doivent être expliqués.

Pour notre recherche, la procédure de sélection des cas puise à plusieurs de ces logiques de sélection et les subordonne à un critère de sélection central qui fait écho à la logique du «substantiellement important»: les cas doivent apparaître empiriquement intéressants. Concrètement, les premières recherches exploratoires (dans la presse essentiellement, puis selon la méthode boule de neige (Patton, 1990) à la suite des premiers entretiens), doivent révéler des rivalités marquantes qui font émerger les cas (rivalités qui peuvent avoir éventuellement été résolues ou stabilisées). Chacun des cas retenus dans cette thèse répond à ce critère. À celui-ci nous avons, en outre, associé *en creux* certains des types identifiés par Seawright & Gerring (2008): la sélection des cas a été effectuée avec le souci d'éviter les cas totalement déviants et, si possible, les cas extrêmes. Pour faciliter le maintien d'une vision d'ensemble durant la lecture, un rappel des critères de sélection figure au début de la présentation de chaque étude de cas.

Le design de cette recherche ne saurait prétendre à une représentativité au sens que recouvre le terme dans une logique statistique. Les objectifs de montée en généralité, sur la base des résultats des études de cas, n'en sont pas pour autant écartés, au contraire. Pour y parvenir, nous avons choisi de sélectionner les cas d'appellations parmi les principaux cantons producteurs de vin de Suisse⁷. Les deux principaux cantons, Vaud et le Valais (dans le désordre), couvrent à eux deux plus de la moitié de la production nationale, soit un peu moins de 9 000 ha sur les 15 000 ha que compte environ le pays⁸.

En outre, dans ces deux cantons, la viticulture représente une part relativement importante (en valeur) de l'ensemble de la production agricole cantonale: 11,9% (de 1 186 656 194 CHF en 2009) pour le canton de Vaud et 23% (de 570 171 263 CHF en 2009) pour le canton du Valais. De plus, ces deux cantons représentent la part relative la plus importante de la valeur totale de la production de vin dans les cinq principaux cantons producteurs de Suisse, soit 38,9% pour le canton de Vaud et 36,1% pour le Valais⁹.

Au-delà de cette importance purement économique, la viticulture y occupe aussi une place symbolique et culturelle importante, comme en témoignent notamment l'inscription récente (2007) du site de vignes en terrasses de Lavaux

⁷ En termes quantitatifs cette fois: c'est-à-dire en fonction de la surface plantée en vigne.

⁸ En 1994 tout comme en 2010, (OFAG, 1996, 2010).

⁹ Comptes régionaux de l'agriculture (CRA) selon Unité, Poste comptable, Région et Année (STAT-TAB, Comptes économiques et satellites du secteur primaire, www.bfs.admin.ch, calculé le 12 décembre 2011).

au patrimoine mondial de l'Unesco¹⁰ et la mise en valeur de la vigne et du vin dans les deux cantons au travers de projets culturels (musées, etc.) et de travaux de recherche (Bender *et al.*, 2001 ; Zufferey-Périsset, 2009).

Plus précisément, la sélection des appellations à l'intérieur de chaque canton correspond pour partie à une logique de « cas typiques », qui vise à représenter au mieux (la diversité de) l'ensemble des communes ou des régions productrices de vin d'un canton :

« The typical case study focuses on a case that exemplifies a stable, cross-case relationship. By construction, the typical case may also be considered a representative case, according to the terms of whatever cross-case model is employed. [...] Specifically, the researcher wants to find a typical case of some phenomenon so that he or she can better explore the causal mechanisms at work in a general, cross-case relationship. This exploration of causal mechanisms may lead toward several different conclusions. » (Seawright & Gerring, 2008, p. 299)

En l'occurrence, les mécanismes causaux de la « *cross-case relationship* » à laquelle font référence les auteurs renvoient à la présence de rivalités et à la façon dont celles-ci se traduisent dans les jeux d'acteurs et sont stabilisées par le biais d'un certain mode d'organisation institutionnelle qui permet *in fine* à la ressource de se différencier. En d'autres termes, c'est ici au chercheur de définir la nature de la constante « inter-cas », à l'aune de ses questions de recherche.

4.1.4 Cas valaisans

Le canton du Valais compte 67 communes viticoles qui abritent les 5 000 hectares de vigne du canton. Certaines ne comptent que quelques hectares, d'autres plusieurs centaines. Certaines occupent principalement la vallée du Rhône, d'autres se situent principalement sur les pentes et coteaux de la rive droite ; certaines, enfin, peuvent être reconnues comme « spécialisées » dans la production d'un cépage particulier (ainsi l'amigne à Vétroz, l'humagne à Leytron, le pinot noir à Salquenen, la petite arvine à Fully, etc.). C'est sur cette base qu'a été opérée la sélection de deux cas correspondant aux critères soulevés jusqu'ici. Les premières recherches exploratoires (revue de presse notamment) et les premiers entretiens ont fortement contribué à l'identification des cas susceptibles d'être retenus.

Fully

Fully est la quatrième commune viticole du canton par sa surface d'encépagement (329 ha) (Office de la viticulture, 2012a), et son vignoble se déploie principalement sur les coteaux abrupts qui précèdent le coude du

¹⁰ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, (Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture).

Rhône sur la rive droite, sur un sol caractéristique composé principalement de loess¹¹ (Zufferey, 2008). Une partie des coteaux est inscrite à l'inventaire fédéral du paysage. Les trois cépages principaux de Fully correspondent aux trois cépages principaux du Valais, soit dans l'ordre : le chasselas, le gamay et le pinot noir. Toutefois, un accent fort est porté depuis quelques années au niveau communal sur le cépage petite arvine par un groupe de vigneron-encaveurs, particulièrement actifs depuis plus d'une dizaine d'années, qui promeuvent l'authenticité des petites arvines¹² de la commune par le biais notamment d'événements de promotion à forte visibilité.

Chamoson

Chamoson est située au centre de la vallée du Rhône. Il s'agit de la plus grande commune viticole du canton (418 ha). La majorité des vignes s'étale sur le terrain en faible pente allant vers le Rhône, les domaines les plus réputés se trouvant sur les coteaux naissants. Cette configuration permet une exploitation mécanisée plus répandue qu'à Fully par exemple. On compte moins de vigneron-encaveurs, et la majorité de la récolte est vinifiée par des entreprises d'encavage/négoce (y compris la principale coopérative du canton). Le type d'encépagement correspond aux proportions visibles au niveau valaisan. Toutefois, ce n'est que très récemment qu'un accent promotionnel a commencé d'être porté sur le cépage « historiquement » associé au nom de la commune (dans les habitudes de consommation régionales), le johannisberg. Cette démarche correspond à un renouveau de l'organisation des acteurs locaux (vigneron et vigneron-encaveurs), qui étaient jusqu'alors particulièrement divisés par des oppositions politiques partisans.

4.1.5 Cas vaudois

Pour le canton de Vaud, la situation est quelque peu différente de celle du Valais. La production de vin du canton est essentiellement axée sur le chasselas (69 % de l'encépagement)¹³. Au sein du canton, on distingue plusieurs régions viticoles qui ont leur spécificité propre. Les deux principales sont la région de La Côte, à l'ouest le long du lac Léman, et celle du Lavaux, un vignoble en terrasses, parfois abruptes, plongeant sur le lac, à l'est du chef-lieu vaudois. Ces caractéristiques géomorphologiques ont une influence majeure sur le mode de production notamment¹⁴ (ampleur de la mécanisation de l'exploitation du vignoble) et, par ricochet, sur le type d'acteurs : les vigneron-encaveurs

¹¹ Roche sédimentaire issue de l'accumulation de limons provenant de l'érosion éolienne.

¹² Il convient de relever que le kilo de petite arvine peut atteindre un prix jusqu'à 100 % plus élevé que celui du chasselas (Zufferey-Périsset, 2009, p. 545).

¹³ Office cantonal de la viticulture et de la promotion (2012).

¹⁴ En plus de l'impact du terroir, bien entendu.

exploitant de petites parcelles sont bien plus présents en Lavaux que sur La Côte, qui, elle, accueille la principale coopérative viticole du canton. Afin de couvrir au mieux la diversité du canton, il est donc impératif de choisir des cas provenant de chacune de ces deux régions.

Féchy

L'appellation Féchy¹⁵ correspond (en partie) à la commune de Féchy, et accueille environ 180 ha de vignes, composées en quasi-totalité de chasselas (98%). Le choix de cette commune s'est imposé rapidement. En effet, dans le cadre d'une réforme importante de la réglementation viticole vaudoise en 2009 qui a modifié les aires des appellations du canton et les droits d'assemblage¹⁶, les producteurs et les propriétaires de vignes se sont organisés et mobilisés d'une manière inhabituelle (et très médiatisée), c'est-à-dire sans passer par les institutions cantonales de la branche. Cette mobilisation «autonome» a fait échouer le projet de réforme pour ce qui concerne l'aire donnant droit à l'appellation Féchy et mis au jour des rivalités et des jeux d'acteurs particulièrement riches et imbriqués à l'échelle du canton.

Lavaux

Ce cas, présenté ici en premier, a été sélectionné en dernier, après être apparu comme une source d'inspiration, notamment pour des acteurs d'autres appellations du canton. Lavaux s'est distingué essentiellement pour deux raisons. La première tient à l'inscription du site au patrimoine mondial de l'Unesco en 2007, qui a conduit à la création d'une nouvelle structure institutionnelle dédiée à la gestion des aspects paysagers¹⁷. Celle-ci a modifié la configuration d'acteurs dans un sens qui semble résoudre en partie les rivalités locales, notamment en faisant converger les préoccupations économiques des viticulteurs avec les intérêts (écologiques, patrimoniaux et touristiques surtout) liés à la protection du paysage (de Fossey, 2004). En outre, la réforme de la réglementation de 2009 (voir *supra*) a fait «glisser» le label AOC de l'échelon des lieux de production (comme *Villette* ou *Epeses*) à celui, supérieur, des régions viticoles (La Côte, Lavaux, etc.), pour des raisons détaillées dans les études de cas correspondantes. Cette redistribution a modifié les jeux d'acteurs, dans la mesure où les lieux de production du Lavaux ont perdu le label AOC (au profit de l'appellation Lavaux), aboutissant ainsi à des stratégies différentes de redéfinition du périmètre de la ressource et de sa porosité.

¹⁵ Une appellation qui jouit d'une réputation favorable depuis le début du xx^e siècle.

¹⁶ La proportion du raisin ne provenant pas de l'aire géographique de l'appellation, qu'il est autorisé d'ajouter dans un vin de l'appellation.

¹⁷ <http://www.lavaux-unesco.ch/fr/N4514/patrimoine-mondial-de-lavaux.html>.

4.1.6 Temporalité

La définition de la temporalité de l'analyse correspond aux spécificités de chaque cas. La période temporelle étudiée couvre celle de l'expression des rivalités, des jeux d'acteurs et de leur traduction dans l'élaboration de l'ARL propre à la ressource. Toutefois, dans le sillage de la problématique de cet ouvrage, la recherche s'est efforcée de mettre en lumière les répercussions – plus ou moins directes – de la libéralisation des échanges agricoles, qui s'est traduite dès 1996 par l'introduction de contingents tarifaires en lieu et place des restrictions quantitatives d'importation qui prévalaient jusque-là (Conseil fédéral, 1996). Ce système concrétise les engagements de la Suisse auprès de l'OMC, dans le cadre de l'accord sur l'agriculture, soit l'annexe I A (accord sur le commerce des marchandises) de l'accord instituant l'OMC du 15 avril 1994¹⁸. Le régime des AOC viticoles suisses, ancré dans l'arrêté fédéral sur la viticulture du 19 juin 1992¹⁹, a précédé de deux ans les accords de l'OMC, et visait précisément à anticiper la pression que l'ouverture du marché ne manquerait pas d'exercer sur le secteur vitivinicole national :

« L'ouverture imminente des frontières pour les importations de vin [...] placera les vins indigènes dans une situation de concurrence accrue. La vitiviniculture ne pourra dès lors survivre qu'avec des produits de première qualité. La production de vins de deuxième ou de troisième catégorie ne permettra pas de couvrir les frais de production. » (Conseil fédéral, 1991, p. 460)

Le lien entre le régime des AOC viticoles et la forme prise par la globalisation des échanges agricoles par le biais des accords de l'OMC de 1994 est ainsi sans équivoque.

Notre recherche couvre donc les jeux d'acteurs qui se sont déroulés durant la période allant de la deuxième partie des années 1990 aux années 2011 à 2014 pour les recherches de terrain en Suisse²⁰. Des événements ou des documents plus anciens, mais jugés utiles à la compréhension des cas et à l'analyse ont parfois également été pris en considération. Dans la majorité des cas cependant, le cœur de l'analyse des ARL porte sur une période de quelques années située dans cette fourchette d'environ vingt ans.

4.2 MÉTHODOLOGIE

La méthode de notre recherche, on l'a dit, est de type qualitative et consiste à opérer une analyse en profondeur d'un petit nombre de cas (*small N*) (Gerring, 2004, 2007). Il s'agit de reprendre la méthode correspondant à ce que l'on

¹⁸ Textes détaillés des accords disponibles à : http://www.wto.org/french/docs_f/legal_f/legal_f.htm#goods.

¹⁹ RS 916.140.1

²⁰ 2015 pour les études de cas néo-zélandaises qui font l'objet de la troisième partie de cet ouvrage, non incluse dans ce design de recherche.

peut qualifier de « protocole de recherche » que suivent les travaux ayant utilisé l'approche des RIR (voir ainsi de Buren, 2014).

L'analyse des cas comporte deux niveaux : descriptif et explicatif (Knoepfel *et al.*, 2006). Dans un premier temps, la perspective d'analyse descriptive permet « d'entrer » dans la complexité des cas, avec l'ambition initiale de « *cerner un phénomène social à l'aide de concepts et de variables* » (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 277). Dans un deuxième temps, l'analyse est portée à un second niveau, de type explicatif, avec cette fois pour objectif de « *démontrer des rapports de causalité entre des faits sociaux* » (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 277). Plus précisément, la dimension explicative de l'analyse consiste ici à mettre en évidence les mécanismes causaux (Hedström & Ylikoski, 2010) qui amènent à une certaine forme d'arrangement régulateur dans chaque cas.

Ces deux perspectives d'analyse, descriptive et explicative, si elles sont présentées ici de façon séquentielle, sont davantage imbriquées dans la pratique de la recherche empirique. Nous avons choisi de maintenir cette imbrication, dans une certaine mesure, lors de la présentation des cas, afin notamment de faciliter la lecture.

Enfin, la conclusion de cette recherche a également pour ambition de s'aventurer sur le terrain délicat des recommandations. Cette incursion – modeste – au-delà de l'analyse explicative, complète ce travail de recherche par une perspective prescriptive avec pour objectif la formulation « *de recommandations pratiques pour la gestion de politiques publiques* », en l'occurrence pour l'avenir de la régulation vitivinicole en Suisse (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 277).

Suivant toujours la démarche méthodologique de l'analyse des politiques publiques (Knoepfel *et al.*, 2006) et des RIR (Gerber *et al.*, 2009 ; Knoepfel, 2007), l'analyse s'appuie en premier lieu sur une revue politico-juridique du régime vitivinicole (législation fédérale, messages du Conseil fédéral, législation et réglementation cantonale, jurisprudence fédérale et cantonale). Le recueil des données est effectué sur la base d'une analyse documentaire qui va au-delà des productions politico-juridiques : archives des organisations (inter)professionnelles, des associations publiques de promotion, archives de presse, rapports d'expertise – publics ou privés –, sont également consultés. À cela s'ajoutent les documents propres aux jeux d'acteurs et aux organisations institutionnelles spécifiques à chaque cas : statuts d'associations, règlements internes, procès-verbaux de séances, communications écrites entre acteurs (courriers, courriels), contrats, accords, supports de communication (plaquette, communiqués de presses, présentations), etc.

Ces données écrites – au statut formel et informel – sont complétées par des entretiens semi-directifs (une dizaine par cas, d'une durée moyenne d'une heure et demie) menés avec les principaux acteurs (producteurs, distributeurs et acteurs politico-administratifs)²¹. Au fil des entretiens, de nouveaux acteurs

²¹ Au total, 62 entretiens ont été conduits durant la recherche (45 en Suisse et 17 en Nouvelle-Zélande).

ont été sélectionnés, selon la méthode «boule de neige» proposée par Patton (Patton, 1990, p. 176). Une fois récoltées, les données sont triangulées, c'est-à-dire que les informations obtenues sont recoupées entre plusieurs sources afin de s'assurer de leur validité.

L'ensemble des sources, écrites et issues des entretiens, sont analysées de façon qualitative à travers le prisme de la grille de lecture de l'ARL et des valeurs produites par la ressource «appellation de vin», telle qu'elle est développée dans le chapitre précédent. Dans l'ordre du processus causal postulé par le cadre d'analyse, cette démarche qualitative nous amène à identifier et à présenter 1) la configuration d'acteur et les valeurs recherchées et 2) leurs ressources d'action respectives. Avant de caractériser la créativité institutionnelle dont ils font preuve et d'identifier quelles sont les dimensions de régulation de l'ARL et les constituants de la ressource sur lesquels elles portent. Ici encore, les variables sont présentées de façon très séquentielle, comme le veut la logique d'une représentation cartésienne et causale du monde social. Or, il apparaît très clairement que celles-ci sont entremêlées dans la réalité, et cette imbrication réapparaît parfois durant la présentation des cas.

DEUXIÈME PARTIE

« La petite arvine, c'est un cépage qui doit être viril. »
(Caviste d'une grande cave en Valais)

*« Le marketing n'a rien à voir avec la qualité du vin,
mais avec les valeurs de la marque. »* (Chief Winemaker
d'un groupe international majeur en Marlborough, NZ)

CHAPITRE 5

LE RÉGIME DU VIN EN SUISSE JUSQU'EN 1992

La deuxième partie de cet ouvrage a pour objectif de soumettre, par l'analyse empirique, les discussions conceptuelles et nos hypothèses de recherche à l'épreuve de la réalité du terrain¹.

Les deux premiers chapitres (5 et 6) se situent à mi-chemin entre une présentation contextuelle descriptive et la conceptualisation analytique et explicative proposée dans notre recherche. La complexité de la réglementation vaudoise des appellations demande en effet que l'on s'y attarde afin de pouvoir discuter les études de cas en profondeur. Dans la même logique, les deux dernières études de cas suisses sont précédées d'un chapitre contextuel portant, cette fois, sur le canton du Valais.

5.1 POLITIQUE AGRICOLE ET STATUT DU VIN DE 1953

C'est dans la politique agricole adoptée à la sortie de la seconde guerre mondiale que s'ancre le régime du vin suisse. Jusqu'aux années 1990, celui-ci est basé sur un principe central selon lequel les prix des produits agricoles doivent couvrir les coûts de production. Tous les instruments mis en œuvre suivent alors cette logique. Outre les mesures prises au niveau intérieur, l'ensemble repose sur un protectionnisme douanier visant à limiter la concurrence des produits étrangers (Barjolle *et al.*, 2008, p. 16-17).

Entrée en vigueur en janvier 1953², la loi fédérale sur l'agriculture (LAgr 1951)³ fixe les principales dispositions concernant la viticulture, dont une partie

¹ L'annexe 3 comporte quelques éléments de base, en dehors de toute réflexion institutionnelle, sur l'histoire et les aspects techniques liés à la vigne et au vin.

² Arrêté du Conseil fédéral (28 avril 1952) concernant le résultat de la votation populaire du 30 mars 1952 relative à la loi fédérale du 3 octobre 1951 sur l'amélioration de l'agriculture et le maintien de la population paysanne (loi sur l'agriculture), (Conseil fédéral, 1952).

³ Loi fédérale sur l'amélioration de l'agriculture et le maintien de la population paysanne du 3 octobre 1951, RO 1953 1095, (*Loi sur l'agriculture*, 1953).

importante avait déjà été mise en œuvre durant les décennies précédentes sous la forme d'arrêtés fédéraux urgents.

La politique agricole, concrétisant le système protectionniste issu de la seconde guerre mondiale (Pitteloud, 2008, p. 146), s'articule dès lors sur deux axes principaux (Gay, 1985) : le premier vise à garantir le revenu agricole en permettant que l'écoulement des produits indigènes se fasse à un prix couvrant les frais de production (LAgr 1951, art. 29), et le second consiste à adapter la production aux capacités d'absorption du marché (LAgr 1951, art. 18). Les mesures spécifiques à la viticulture sont prévues aux articles 42 à 46.

À l'époque de la rédaction de la loi sur l'agriculture, la surface cultivée en vigne en Suisse s'inscrit dans une tendance décroissante forte, étant passée de près de 33 000 ha à la fin du XIX^e siècle à 13 000 ha au début des années 1950. La concurrence des vins étrangers et la propagation des maladies et des parasites ont grandement contribué à cette baisse. Parallèlement, les rendements à l'hectare se sont fortement améliorés, un succès attribué notamment à un choix plus judicieux des cépages (Conseil fédéral, 1951, p. 216). Dans cette optique, deux instruments sont prévus pour adapter la production viticole. Il s'agit, en premier lieu, du cadastre viticole. Le cadastre est introduit afin que seules les régions dans lesquelles la culture de la vigne s'impose ou se trouve favorisée par les conditions naturelles puissent bénéficier des soutiens publics. Le cadastre vise également à stabiliser la taille de la surface cultivée (Conseil fédéral, 1951, p. 221). En second lieu, la définition d'une liste de variétés autorisées, couplée au zonage du cadastre, est considérée comme « *de la plus grande importance au moment où l'on met l'accent sur l'amélioration de la qualité* » (*ibid.*). Ces deux instruments restreignent explicitement l'usage des infrastructures (parcelles et vignes) qui peuvent être mobilisées pour la formation des ressources locales.

Au-delà des mesures spécifiques à la viticulture, les dispositions relatives à la limitation des importations constituent un des piliers du dispositif de la politique agricole d'après-guerre. Il s'agit bien entendu d'un enjeu majeur pour la viticulture suisse dont la quasi-totalité de la production s'écoule sur le marché intérieur. À ce titre, l'article 23 al. 1 (LAgr 1951) stipule qu'afin d'assurer les principes poursuivis par la loi, le Conseil fédéral a la possibilité de limiter l'importation, d'augmenter les droits de douane ou encore d'obliger les importateurs à prendre en charge des excédents indigènes.

Gay résume ainsi les éléments essentiels de la loi pour le secteur viticole : « *Contingentement des importations, prise en charge par les importateurs en cas d'excédents de vins du pays, adaptation de la production aux besoins du marché indigène et encouragement de la qualité* » (1985, p. 51).

L'arrêté d'application de la loi sur l'agriculture dans le domaine vitivinicole pris par le Conseil fédéral, c'est-à-dire l'ordonnance sur la viticulture et le placement des produits viticoles communément nommée

« Statut du vin »⁴, consacre les principes de la limitation des importations et de la prise en charge fédérale et fixe les mesures de promotion de la qualité associées à l'introduction du cadastre viticole. La Confédération verse des subsides pour la reconstitution des vignes en zones favorables et avec des cépages recommandés ainsi que pour l'arrachage (définitif) dans les zones de médiocre qualité. De cette ordonnance fondamentale pour la réglementation agricole (Moor, 1985, p. 16), Spahni indique qu'elle constitue la « *pièce maîtresse de la législation viticole* », dans la mesure où « *les actes législatifs qui suivirent n'eurent que relativement peu d'importance* » (1978, p. 54-55). Par le biais de l'article 117 du Statut du vin de 1953, qui lui attribue la responsabilité de l'exécution de la loi, le Conseil fédéral bénéficie d'un « *monopole législatif* » (Spahni, 1978, p. 58). Celui-ci est toutefois nuancé par la possibilité accordée aux cantons, d'une part de formuler des prescriptions plus exigeantes (notamment pour les cépages autorisés) et, d'autre part, d'instaurer la protection de certaines appellations, en rendant leur usage exclusif au vin qui est produit sur le territoire cantonal (ainsi le fendant ou la dôle en Valais, ou encore le Salvagnin dans le canton de Vaud).

5.1.1 Le cadastre viticole

L'instrument du cadastre (Statut du vin 1953, art. 5-7) est prévu pour « *restreindre la production vinicole de qualité inférieure et [...] réserver les fonds publics à l'encouragement de celle de qualité supérieure* » (Conseil fédéral, 1958, p. 484). Il divise la zone viticole en trois catégories, selon les qualités du terrain et valorise les coteaux et les parcelles en pente. C'est l'outil central sur lequel s'articulent les premières restrictions d'usage des infrastructures.

Les cantons sont chargés du relevé des zones. Ce processus de longue haleine engendre de nombreuses rivalités, dès lors qu'il aboutit à fixer l'usage possible des parcelles et de leur valeur pour les producteurs. C'est pour cette raison que le cadastre viticole n'entre en vigueur qu'en 1957. En 1959, un arrêté fédéral institue des mesures temporaires en faveur de la viticulture articulées avec le cadastre⁵. L'arrêté (Assemblée fédérale, 1959) introduit la notion de zone viticole pour les zones A et B pour la production de qualité et interdit la plantation de vignes en zone C, la moins favorable (Pitteloud, 2008, p. 147).

En ce qui concerne la prise en compte de la pente du terrain, il s'agit d'un critère qui renvoie à une préoccupation qualitative. Gay rappelle que tenir compte de la pente dans le zonage avait pour but « [...] *d'éviter le glissement du vignoble des régions à forte dénivellation vers la plaine, où les coûts d'exploitation*

⁴ Ordonnance sur la viticulture et le placement des produits viticoles (Statut du vin) (Du 18 décembre 1953), RO 1953: 1179 (*Statut du vin*, 1953).

⁵ Arrêté fédéral du 6 juin 1958 instituant des mesures temporaires en faveur de la viticulture. RO 1959 147, (Assemblée fédérale, 1959).

sont moindres, mais la qualité insuffisante» (1985, p. 56-57). L'arrêté de 1959 est complété tous les dix ans (arrêtés de 1969⁶ et 1979⁷), sans que la logique générale d'intervention retenue par le Statut du vin de 1953 soit jamais remise en question (Gay, 1985, p. 52). Les compléments de 1969 et 1979 introduisent notamment l'interdiction de planter hors zone viticole, l'encouragement de la plantation de cépages rouges et le renforcement de la promotion de la qualité. En 1965, le dispositif est complété par un arrêté du Conseil fédéral⁸ qui définit les cépages autorisés tout en laissant la possibilité aux cantons d'être plus restrictifs.

Encadré 4. Les premiers effets du cadastre en Valais

Le relevé des zones est terminé en 1953, et le cadastre viticole valaisan entre en vigueur en 1955. 30 ha sont en zone C (environ 10% du terrain viticole), 70% en zone A et 20% en B (Zufferey-Périsset, 2009, p. 421). Selon un décompte final des zones, établi en 1957, le Valais devient le premier canton viticole de Suisse. En outre, sa surface viticole augmente constamment jusqu'en 1980, où elle atteint 39,25% de la surface Suisse (*ibid.*, p. 422). Dès le début du système de soutien fédéral en 1953, la tension est vive entre la sécurité qu'apportent les subsides fédéraux et la perte de liberté des vigneronnes que les conditions d'octroi (respect du zonage) impliquent: les obligations d'arrachage sont modérément appréciées par les vigneronnes qui soulignent que la Suisse importe du vin dans des proportions importantes. Cette tension culmine durant la nuit du 6 juin 1961, lorsque le Conseil d'État ordonne la destruction par hélicoptère de 23 ha de vignes fraîchement plantées en dehors des zones. Cet événement traumatique marque durablement les esprits et révèle la défiance des producteurs face à l'introduction de mesures fédérales (Zufferey-Périsset, 2009, p. 422-425).

5.1.2 Formation et recherche

La législation sur la maîtrise des savoir-faire dans le domaine vitivinicole peut être distinguée en trois domaines (Moor, 1985, p. 33-34): formation professionnelle, stations de recherche et vulgarisation. Les deux premiers sont centraux. En premier lieu, la formation professionnelle – qui occupe dans la loi sur l'agriculture de 1953 une place très conséquente (Moor, 1985, p. 17) – fait l'objet d'une ordonnance fédérale depuis 1975⁹, et sa responsabilité revient

⁶ Arrêté fédéral du 10 octobre 1969 instituant des mesures temporaires en faveur de la viticulture. RO 1970 52, (Assemblée fédérale, 1969).

⁷ Arrêté fédéral du 22 juin 1979 instituant des mesures en faveur de la viticulture. RO 1979 1369, (Assemblée fédérale, 1979).

⁸ Arrêté du Conseil fédéral du 9 février 1965 concernant la liste des cépages. RO 1965 105, (Conseil fédéral, 1965).

⁹ Ordonnance du 25 juin 1975 sur la formation professionnelle agricole. RS 915.1.

aux cantons. Dans le domaine vitivinicole, trois niveaux de formation existent : le certificat de capacité, l'apprentissage comme viticulteur ou caviste, puis le diplôme fédéral de maîtrise (Moor, 1985, p. 33). En second lieu, des « stations » de recherche relevant de l'OFAG mènent des recherches et procèdent à des expertises et des examens, selon les dispositions de l'ordonnance sur la recherche agronomique¹⁰. Enfin, en troisième lieu, la vulgarisation agricole constitue également un outil fédéral qui complète (et subventionne) les dispositifs cantonaux (Moor, 1985, p. 33-34).

Dans le domaine de la recherche – qui va prendre une importance croissante et décisive durant la fin du xx^e siècle – la station fédérale du site de Changins (VD) s'est imposée comme le centre de compétence national dans le domaine vitivinicole. Depuis sa création, elle occupe un rôle majeur dans l'enrichissement des savoir-faire par l'ensemble de ses travaux et de ses prestations aux acteurs. Des études y ont été menées dans le développement de nouveaux cépages (gamaret, garanoir, diolinoir, carminoir, solaris, etc.) – plus résistants aux parasites, mieux adaptés aux conditions climatiques régionales et destinés à répondre à l'évolution des goûts des consommateurs¹¹ – qui ont apporté à la station de recherche une renommée internationale.

5.2 PRODUCTION DE QUALITÉ, DÉNOMINATIONS ET RESTRICTION DES IMPORTATIONS

Dans le sillage du Statut du vin de 1953 et jusqu'au tournant des années 1990 (introduction des AOC et libéralisation du marché), le régime vitivinicole fédéral peut être regardé comme se déployant sur trois plans¹², qui font écho aux trois formes de valeurs tirées de la ressource. Il s'agit, premièrement, de mesures visant la production et la promotion de la qualité; deuxièmement, de celles concernant les désignations des vins; troisièmement, enfin, du dispositif encadrant les importations et le commerce.

5.2.1 Contraintes de production et promotion de la qualité

L'arrêté fédéral instituant des mesures en faveur de la viticulture de 1979 (Assemblée fédérale, 1979) prolonge les mesures prises jusqu'alors, maintient les objectifs d'adéquation de l'offre au pouvoir d'absorption du marché et

¹⁰ Ordonnance du 25 juin 1975 sur la recherche agronomique. RS 426.10

¹¹ L'arrivée des nouveaux cépages développés par la station fédérale (Charmont, Gamaret et Diolinoir) est présentée comme celle d'outils permettant à la fois de répondre à l'évolution des goûts et d'apporter une plus grande résistance aux parasites (*Journal vinicole suisse*, n° 6, 27 mars 1990, p. 11).

¹² Nous reprenons ici la synthèse proposée par Gay (1985), qui distingue ces trois champs d'intervention, en l'affinant légèrement. Pour une présentation détaillée de ces points, le lecteur se reportera à Laesslé (2014, p. 37-57).

visé à limiter le volume produit tout en promouvant la qualité. La plantation de nouvelles vignes ainsi que le choix des cépages sont soumis à un régime d'autorisation délivré par l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG), et les cantons ont désormais la possibilité d'élaborer un cadastre des cépages (c'est-à-dire de limiter l'usage de certains cépages à certaines zones appropriées). L'innovation la plus importante consiste en la fixation d'une teneur minimale en sucre (naturel) au-dessous de laquelle les vins sont déclassés en simple «vin rouge» ou «vin blanc»¹³ et, dans cette même logique qualitative, en l'obligation qui est faite aux cantons d'instituer le paiement de la vendange selon sa qualité (Conseil fédéral, 1978, p. 1787).

La prise en compte du niveau de sucre pour orienter la qualité est alors un instrument encore contesté par plusieurs participants à la procédure de consultation, qui proposent plutôt de faire usage d'une limitation des rendements à l'hectare, notamment la Société des encaveurs de vins suisses (SEVS), certains importateurs ou encore le distributeur Coop Suisse (Conseil fédéral, 1978).

L'argumentaire déployé par le Conseil fédéral pour justifier la fixation d'un seuil de niveau de sucre plutôt que celle d'un plafond de rendement renvoie à l'enjeu des limitations de production, objet de fortes controverses au regard de la liberté du commerce :

« Si cette solution [la limitation des rendements] peut, à première vue, paraître intéressante, nous sommes d'avis qu'elle va à l'encontre de l'esprit d'initiative du vigneron qui, par son savoir-faire, peut, grâce aux soins qu'il apporte aux ceps, augmenter jusqu'à un certain point son rendement à l'hectare sans pour autant en abaisser la qualité. En outre, il faut se rappeler que la relation quantité-qualité est déterminée par la teneur en sucre des raisins et que c'est seulement à partir d'un rendement plus ou moins élevé que cette teneur diminue fortement. Ainsi, fixer la teneur en sucre minimum au point où la diminution de la qualité devient certaine n'équivaut à rien d'autre, en réalité, qu'à limiter le rendement à l'hectare » (1978, p. 1777).

L'argument du Conseil fédéral est évidemment paradoxal, dans la mesure où, dans un premier temps, il justifie l'instrument en faisant référence à la liberté qu'il laisse au vigneron pour exploiter au maximum le rendement de sa vigne alors que, dans un deuxième temps, il indique que cette limite est équivalente à une limitation des rendements, donc à une restriction de la concurrence. La commission des cartels va dans le même sens que le Conseil fédéral, estimant que « les restrictions à la libre concurrence, que chaque vigneron doit accepter, trouvent leur justification dans la nécessité d'obtenir des produits de

¹³ Il s'agit de la catégorie de vin la plus basse selon les dispositions sur les désignations des vins (voir *infra*), réservée aux produits qui ne peuvent pas exploiter une dénomination spécifique (liée à l'origine, à la provenance ou au cépage) et ont donc un prix de vente inférieur.

qualité et d'éviter la formation d'excédents» (1978, p. 1784). De telles restrictions à la liberté de commerce sont donc considérées légitimes.

Évoquée ici comme une évidence, l'équivalence entre niveau de sucre et rendements sera à nouveau discutée de façon cruciale une dizaine d'années plus tard, lorsqu'il s'agira de démontrer que la limitation des rendements est avant tout une mesure qualitative et non une entrave (*i. e.* illégitime) au commerce.

Concrètement, le Conseil fédéral attribue aux cantons la tâche de fixer les critères de définition de la qualité (notamment le niveau de sucre donc) et de son contrôle, ainsi que du paiement de la vendange qui s'y rapporte. Dans la mesure (contradictoire) où le prix des vins est fixé librement, c'est-à-dire en fonction de l'offre et de la demande (Conseil fédéral, 1978, p. 1789), c'est finalement un système de prix indicatifs (formulés par les interprofessions cantonales) qui est adopté par les cantons romands¹⁴.

Ces premières mesures fédérales encadrent l'usage des infrastructures et amorcent leur coordination avec les savoir-faire (niveau de sucre et définition des cépages autorisés). Réduire les cépages autorisés renforce cette articulation et y intègre les dispositions de réception des consommateurs. La restriction des cépages favorise l'adéquation de la production avec la demande et offre, en même temps, un outil pour «façonner» les dispositions des consommateurs nationaux – à la faveur de certains cépages. Les prix indicatifs de la vendange constituent un outil incitatif de contribution à l'entretien de la ressource à l'échelle nationale.

5.2.2 Désignations des vins

Le terme de désignation est englobant et inclut les notions d'appellations et, *a fortiori*, d'appellations d'origine. La diversité des sources de réglementation¹⁵ favorise les possibilités de confusion terminologiques à ce niveau (Gay, 1985, p. 130). Selon ce juriste, l'enjeu de la réglementation des désignations renvoie à la protection d'une renommée et au supplément de prix qui y est associé :

« Comme de très importants écarts de prix séparent les différentes provenances, la tentation est grande, pour des marchands peu scrupuleux et malhonnêtes, de couper des crus d'appellations renommées avec des vins ordinaires ou d'écouler des produits de faible qualité sous de fausses désignations. » (1985, p. 130)

¹⁴ Définis dans «l'Accord sur la formation des prix des vins indigènes» qui (dans sa version de 1983) «désigne la formation d'une commission paritaire formée de représentants de la Fédération romande de vignerons, de la Société des encaveurs de vin suisse et de la Fédération suisse des négociants en vin» (Gay, 1985, p. 71-72). Ces prix indicatifs sont par ailleurs rarement respectés (*idem*).

¹⁵ Les actes du colloque tenu à l'Université de Lausanne le 24 septembre 1982, intitulé «Les indications de provenance et les appellations d'origine en droit comparé» témoignent de cette complexité à l'aune des logiques du droit français, italien, allemand et suisse (1983).

Les principales dispositions de la législation et de la réglementation se rattachent toutes à la question centrale du droit à l'usage d'un nom. Collectif, le « nœud » de cet usage peut être résumé comme suit, autour de la notion d'indication de provenance prévue par la loi fédérale concernant la protection des marques de fabrique (LMF)¹⁶:

«Le droit à l'indication de provenance n'a aucun caractère personnel; il appartient en commun à tous les producteurs, actuels ou futurs, établis dans le lieu, la région ou le pays. Il n'est pas attaché à l'exploitation: si celle-ci se déplace à l'extérieur, le droit disparaît.» (Colloque de Lausanne, 1983)

De fait, deux termes distincts sont utilisés alors pour les désignations des vins, mais la législation suisse ne reconnaît pas (encore) leur différence: il s'agit de la notion de provenance et de celle d'appellation d'origine. La notion d'appellation d'origine est définie dans le cadre de l'Arrangement de Lisbonne, auquel la Suisse n'est pas partie, par le biais de son article 2¹⁷ qui indique qu'elle consiste en:

«la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner 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.»

L'indication de provenance en revanche, la seule reconnue alors en droit suisse, consiste en « l'expression ou le signe permettant d'identifier le pays, la région ou le lieu dont le produit ou le service est originaire » (Gay, 1985, p. 130). La loi fédérale concernant la protection définit l'indication de provenance comme « le nom de la ville, de la localité, de la région et du pays qui donne sa renommée au produit ». Une condition centrale pour pouvoir bénéficier de la protection de la LMF consiste dès lors en l'existence d'une renommée associée aux produits auxquels l'indication de provenance est associée. Gay rappelle que depuis 1912, la jurisprudence du Tribunal fédéral indique « qu'il suffit qu'il existe entre une localité et un produit une relation telle que le nom de la localité serve à qualifier le produit, même lorsque ce produit, et par conséquent ce qualificatif, ne sont connus que d'un cercle restreint de personnes » (1985, p. 138). Cette notion n'implique en revanche aucune garantie explicite de qualité du produit, contrairement à la logique des appellations d'origine de l'Arrangement de Lisbonne (Gay, 1985, p. 131).

Enfin, pour les désignations géographiques qui ne jouissent pas de la renommée exigée pour relever de l'indication de provenance, la loi fédérale sur

¹⁶ Loi fédérale concernant la protection des marques de fabrique et de commerce, des indications de provenance et des mentions de récompenses industrielle, du 26 septembre 1890 (RO 12 1), (LMF, 1891).

¹⁷ Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international, du 31 octobre 1958, (AL, 1958).

la concurrence déloyale¹⁸, par le biais de son article 1^{er}, offre une protection contre les indications inexactes ou fallacieuses ou susceptibles de faire naître une confusion avec d'autres marchandises.

En tant que produit alimentaire, le vin est en outre soumis à la législation fédérale, qui vise, depuis la fin du XIX^e siècle, à protéger la santé du consommateur et à le mettre à l'abri de la fraude et de la tromperie (Conseil fédéral, 1899, p. 474). Cette politique est concrétisée par la loi fédérale sur le commerce des denrées alimentaires et de divers objets usuels et, surtout, par l'ordonnance sur les denrées alimentaires (ODA)¹⁹. Celle-ci fixe les derniers aspects liés à la désignation des vins. L'article 336, al. 1 de l'ordonnance sur les denrées alimentaires précise que

« toutes les désignations, indications et appellations relatives à l'origine (région de production, lieu de production, cru, clos, château, domaine), à la provenance (État, canton, province, département), au cépage, au mode de vinification, au millésime, aux qualités, au degré alcoolique et à la raison sociale doivent être conformes à la réalité et exclure toute possibilité de tromperie. »

L'ODA (art. 337, al. 1) distingue les vins en quatre catégories, qui vont du niveau de différenciation le plus élevé à un vin générique :

- 1) Vins avec désignation d'origine (comme le Dézaley dans le canton de Vaud);
- 2) Vins avec désignation de provenance, ou de provenance et de cépage (par exemple chasselas de Romandie);
- 3) Vins avec désignation de cépage;
- 4) Vins sans indication d'origine, ni de provenance, ni de cépage (*i. e.* « vin rouge » ou « vin blanc »).

Les cantons ont le loisir de compléter ces dispositions par des exigences plus élevées. Ainsi, en ce qui concerne l'utilisation du nom d'une commune, il revient aux cantons de fixer à la fois les limites de la région de production du vin pouvant utiliser la dénomination et la proportion dans laquelle le vin de la commune doit prédominer dans l'assemblage (ODA, art. 337, al. 4).

Un arrêté du Conseil fédéral sur le commerce des vins (ACV)²⁰ instaure le dispositif permettant l'application de la protection des désignations par deux instruments: le régime du permis pour l'exercice du commerce des vins et le contrôle de la comptabilité des caves. Le permis est obligatoire pour toute personne physique ou morale – à quelques exceptions près – exerçant le

¹⁸ Loi fédérale sur la concurrence déloyale, du 30 septembre 1943 (RO 1945 1) (LCD, 1944).

¹⁹ Ordonnance du 26 mai 1936 sur les denrées alimentaires et les objets usuels (RS 4 485).

²⁰ Arrêté du Conseil fédéral sur le commerce des vins, du 12 mai 1959 (RO 1959 453), (ACV, 1959).

commerce des vins en Suisse. Enfin, la Commission fédérale de contrôle des vins (CFCV) (art. 11, ACV) a pour mission d'assurer conjointement avec les autorités cantonales (en général, les chimistes cantonaux) l'application des dispositions de l'arrêté. Elle a pour rôle, d'une part, de « *donner son préavis aux autorités cantonales pour l'octroi ou le retrait des permis, et d'autre part [de] procéder aux opérations de contrôle de la comptabilité et des caves* » (Gay, 1985, p. 143). Cette architecture duale dans le contrôle de mise en œuvre a été récemment remise en question, à la suite d'affaires de fraude présumée sur les appellations, qui ont mis en évidence des failles de collaboration entre l'organe fédéral et les chimistes cantonaux²¹.

Sous l'angle de la désignation des vins, on retiendra du régime du vin qu'il énonce des conditions de base assez larges, dispersées et propices à la confusion, s'agissant de la différenciation des appellations locales (*via* les quatre catégories de vin par exemple), et accorde ce faisant une importante marge de manœuvre à l'initiative des cantons.

5.2.3 Limitation des importations

Au tournant des années 1980, les importations de vins ont augmenté de 35 % par rapport à la moyenne des années 1960, portant à plus de 58 % la part des vins étrangers consommés en Suisse, avec une forte différence entre les rouges et les blancs (78 % d'importation pour les rouges et 14 % pour les blancs). L'exportation est en revanche insignifiante, 0,6 % (Conseil fédéral, 1978, p. 1766-1767).

Partie aux accords du GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*) depuis 1966 (RS 0.632.21, 1966), la Suisse bénéficie d'un statut privilégié durant les années 1980. Alors que le GATT se fonde essentiellement sur le principe de l'interdiction des limites quantitatives aux importations découlant de l'article XI de l'Accord, l'adhésion de la Suisse ne s'est réalisée que lorsque les parties contractantes l'ont autorisée à ne pas appliquer ces dispositions: « *Lors de son accession pleine et entière, la Suisse obtient une dispense explicite, permanente et illimitée, d'appliquer cet article XI [...]. [...] Cette dispense lui permet de maintenir des restrictions quantitatives à l'importation fondée sur diverses lois internes. [...] La Suisse fait des concessions sur des produits industriels – et aussi agricoles – pour obtenir ce statut particulier* ». En outre, un second point accorde également plus de liberté à la Suisse pour l'application de taxes à la frontière: « *[...] Le statut particulier de l'agriculture suisse est [...] valable tant que les mesures de protection à la frontière peuvent être fondées sur les dispositions légales qui étaient en vigueur lors de l'adhésion au GATT* » (Sciarini, 1994, p. 111-112). Les dispositions prévues par l'article 23 de la loi sur l'agriculture, au fondement des interventions sur les importations, sont donc protégées. L'accord de libre-échange conclu en 1972

²¹ Pour plus de détails, voir Laesslé (2014, p. 79-80).

avec la CEE (Communauté économique européenne) (RS 0.632.401, 1972) exclut également le domaine de l'agriculture de sa portée. Cependant, dans le cadre de l'accord de 1972, des accords spécifiques ont été passés avec des pays fortement exportateurs de vin (Italie et France)²², définissant un quota minimum d'importation indépendant des besoins du marché indigène (Gay, 1985, p. 94).

Différents mécanismes concrétisent le protectionnisme dont bénéficie la viticulture jusqu'aux années 1990, des mesures qui coexistent avec des accords internationaux (Gay, 1985, p. 89). Les instruments qui concrétisent la limitation des importations²³ sont: les permis d'importation, les droits de douane, la taxe à l'importation, l'interdiction d'importer (du vin blanc en bouteille par exemple) et enfin le contingentement, le plus important.

Sans détailler ces mesures, on soulignera que les limitations d'importation fournissent l'instrument principal du mécanisme d'exclusion – et donc de différenciation – au bénéfice des appellations de vin suisse sur le marché national, le plus important. Les acteurs ciblés par cette exclusion sont avant tout les producteurs étrangers qui voient le prix de leur vin accru par les droits de douane ou leurs produits simplement privés d'accès au marché.

5.3 SYNTHÈSE INTERMÉDIAIRE

Il est intéressant de relever que, de manière générale, même pour les analystes de la législation de l'époque, la période allant de l'après-guerre au début des années 1980 correspond à une relative stabilité du marché du vin, même si les pouvoirs publics fédéraux sont fréquemment sollicités, notamment pour des actions ponctuelles en faveur de l'écoulement du vin. Paradoxalement, Daniel Gay, qui conclut son analyse en 1985, considère que l'absence de crise viticole majeure durant trente ans montre l'efficacité du dispositif fédéral, tout en se déclarant préoccupé des répercussions qu'auront les vendanges exceptionnelles de 1982 et de 1983 (1985, p. 52). Ces deux récoltes vont en effet révéler les limites des mesures en place et soulever, à nos yeux, des questions plus larges relatives à la définition de la ressource dans les diverses régions productrices. Quelles règles vont-elles permettre de structurer son entretien? À quelle échelle? À la faveur de quel type de valeurs? Et surtout, comment ces règles vont-elles s'insérer dans la réglementation du marché du vin où plusieurs signaux indiquent, notamment au niveau international, qu'il se dirige vers une libéralisation croissante?

La tension entre le besoin de réglementation – formulé par les observateurs au crépuscule de ces années de stabilité – et de liberté économique des acteurs apparaît comme particulièrement forte dans la filière vitivinicole (ainsi Spahni,

²² RS 0.946.294.542, 1950, RS 0.946.293.492, 1967.

²³ Pour une présentation plus approfondie, voir Gay (1985, p. 87-113).

1978). La prise de position de Gay en conclusion de son travail est révélatrice de la vision très libérale qui prévaut dans la filière et qui s'oppose à une trop grande intervention correctrice de l'État, dans un contexte incertain de surproduction et d'instabilité des prix :

« Bien que nous approuvions la politique d'intervention qui a, sans aucun doute, assuré la survie de la viticulture indigène, nous craignons une évolution qui consisterait à répondre à tout nouveau problème viticole, qu'il soit d'écoulement ou de baisse de la qualité, par une extension des mesures coercitives. Il importe en effet, à notre sens, de préserver une certaine autonomie du vignoble, de peur de voir les vignerons, aujourd'hui encore "libres et contents de leur sort", rejoindre "la cohorte grandissante des gens asservis et grincheux". Nous doutons également qu'une intervention accrue de l'État, sous la forme d'une réglementation de plus en plus contraignante, soit vraiment apte à sauvegarder le lien privilégié qui unit le vigneron et l'amateur de vin, et qui représente manifestement un élément décisif du bon écoulement de la production indigène. [...] C'est pourquoi nous pensons qu'il est désormais de la première importance, pour les milieux de la production, de prévenir les réactions autoritaires des pouvoirs publics en évitant à tout prix de prêter, à l'avenir, le flanc à des critiques telles que celles qui ont suivi la récolte de 1982. » (Gay, 1985, p. 178-179)

Ce commentaire illustre à merveille les rivalités évoquées jusqu'ici, que le lecteur retrouvera au fil des études de cas.

CHAPITRE 6

LE RÉGIME DU VIN DEPUIS 1992

Deux événements majeurs ont eu un impact décisif sur le régime (national) dans lequel se déploient les arrangements correspondants à chaque étude de cas (locale). Le premier est un choc dans l'équilibre de production en 1983, dont les observateurs de l'époque ne doutaient pas qu'il aurait des répercussions sur le monde vitivinicole suisse (Gay, 1985). Le second, intervenu dix ans plus tard, est celui de la rupture dans la politique économique et commerciale de la Suisse provoquée par la signature des accords de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) à Marrakech en 1994.

6.1 CRISE DE SURPRODUCTION EN 1983

Une crise de surproduction en 1983¹, qui fait suite à deux années successives de conditions climatiques exceptionnelles, marque un tournant dans le développement du vignoble suisse. Le marché est saturé, le prix du raisin s'effondre, de nombreux encaveurs font faillite et le nombre de vigneron-encaveurs² s'accroît. Un enjeu collectif majeur apparaît: le contrôle (et la limitation) du rendement des vignes, dans le but d'éviter une saturation du marché durant les années (climatiquement) favorables. En 1989, le Conseil fédéral tente d'introduire une telle limitation par le biais d'une législation fédérale sur les AOC. Il s'appuie sur la première initiative en la matière, concrétisée par le règlement genevois du 28 juin 1988 sur la qualité des vins genevois, sur leur désignation et sur leur appellation – un règlement pionnier qui introduit pour la première fois en Suisse le concept des AOC et une limitation correspondante des rendements. Or, l'arrêté

¹ Deux récoltes massives en 1982 et 1983 qui, cumulées, correspondent à plus de trois récoltes normales.

² Du fait des producteurs indépendants qui vinifient désormais eux-mêmes leurs récoltes pour se protéger de la baisse du prix du raisin.

fédéral proposé en 1989 est rejeté lors d'un référendum en 1990, ce qui « [...] donne un coup d'arrêt à la fédéralisation des AOC viticoles » (Boisseaux et Barjolle, 2004, p. 16).

En Valais – fortement affecté par la crise de surproduction³ –, les acteurs tardent à trouver un accord pour limiter les rendements. Les récoltes irrégulières se succèdent jusqu'à ce que le gouvernement cantonal impose les AOC en 1990 par un arrêté cantonal⁴, forçant la main⁵ des acteurs de la filière. Attaqué par un triple recours au Tribunal fédéral en septembre 1990, l'arrêté est soumis à un effet suspensif (RVJ, 1991, p. 11). Le jugement du Tribunal fédéral (ATF du 26 avril 1991 X et consorts c/ CE) reconnaît toutefois la légitimité d'une définition cantonale des AOC (RVJ, 1991, p. 13) et surtout, de la limitation quantitative de production de raisin par surface de vigne (RVJ, 1991, p. 15), sous réserve qu'elle soit accompagnée d'autres mesures et qu'elle soit réglée avec souplesse. L'arrêté adapté entre en vigueur pour les vendanges du millésime 1991. Ce jugement du Tribunal fédéral entérine la « cantonalisation » des AOC viticoles et ouvre simultanément la voie à leur inscription dans le régime fédéral. En 1992, le nouvel arrêté fédéral sur la viticulture⁶ reconnaît le principe des AOC en fixant un cadre minimal dans lequel les cantons peuvent définir leur législation (Boisseaux & Barjolle, 2004, p. 16). Il impose dès lors des limites de rendement pour les meilleurs vins, mais n'unifie pas les conditions de production des vins AOC en Suisse.

6.2 OUVERTURE AUX VINS ÉTRANGERS MAIS RECONNAISSANCE DES AOC

L'accord de Marrakech qui conclut l'« Uruguay round » du GATT en 1994, est à la base des principaux changements qui ont structuré la politique agricole actuelle (Chappuis *et al.*, 2008 ; Sciarini, 1994). Pour le monde vitivinicole, l'accord de Marrakech a deux conséquences principales. La première concerne la fin des restrictions d'importation et la seconde – en forme de contrepartie pour les pays européens engagés à lever leurs barrières douanières et à réduire les subventions agricoles – consiste en la reconnaissance par l'OMC des indications géographiques (IG) comme un droit de propriété intellectuelle (Marie-Vivien & Thévenod-Mottet, 2007).

³ Les acteurs de cette époque se souviennent des wagons-citernes débordants et des piscines réquisitionnées pour stocker provisoirement les moûts.

⁴ Arrêté du 4 juillet sur les appellations des vins du Valais, Bulletin officiel du canton du Valais du 13 juillet 1990.

⁵ Plus exactement le sécateur, afin de limiter le rendement de raisin au m², donc « vendanger en vert » durant l'été.

⁶ Arrêté fédéral sur la viticulture du 19 juin 1992 (RO 916.140.1).

6.2.1 Abandon des restrictions quantitatives

L'importation de vin – soumise à des restrictions quantitatives jusqu'en 1995 – bascule dès 1996 dans un système de contingents tarifaires. Ce passage à un système contingentaire découle des engagements de la Suisse dans le cadre de l'accord sur l'agriculture de l'annexe 1 A (accord sur le commerce des marchandises) de l'accord instituant l'OMC⁷ (Conseil fédéral, 1996). Il est en outre prévu que le contingent de vin blanc, fixé à 15 millions de litres en 1996, sera augmenté progressivement (au détriment du vin rouge) d'un million de litres par an jusqu'en 2000 (Conseil fédéral, 1996, p. 260-261). Or, au début des années 1990, la Suisse produit encore majoritairement du vin blanc (OFAG, 1996, p. 29). Parallèlement, la consommation de vin blanc (Tableau 3) se contracte fortement (OFAG, 1996, p. 6). En outre, les coûts de production en Suisse, et tout particulièrement dans les vignobles en terrasses⁸ faiblement mécanisés, sont bien plus élevés (coût du foncier et de la main-d'œuvre notamment) que dans de nombreux pays, en particulier du Nouveau Monde (Laesslé, 2016), où les économies d'échelle sont plus facilement réalisables. Dans ce contexte, l'augmentation du contingent de vin blanc exerce une pression particulièrement marquée sur les producteurs nationaux.

À la surprise des producteurs suisses, le Conseil fédéral choisit de « globaliser » (fusionner) les contingents de rouge et blanc dès 2001. Ce choix doit être mis en perspective avec les parts respectives de chacun des deux contingents durant les cinq ans précédant la globalisation : la part totale de vin blanc reste très largement minoritaire, atteignant un maximum de 19 millions de litres en 1999, pour 151 millions de litres de rouge (Conseil fédéral, 1996, p. 270). Or, la globalisation des contingents se traduit, dès la première année, par l'importation de plus de 24 millions de litres de vin blanc, soit 25 % de plus que l'année précédente (OFAG, 2002, p. 6). En d'autres termes, la globalisation des contingents a accru significativement la part de marché des vins blancs étrangers en Suisse. Ce procédé, qui va au-delà des engagements de la Suisse à l'OMC, fait l'objet de mises en cause régulières mais sans effet, au sein de l'assemblée fédérale⁹.

⁷ Textes détaillés des accords disponibles à : http://www.wto.org/french/docs_f/legal_f/legal_f.htm#goods.

⁸ Les enquêtes menées entre 2006 et 2010 par l'organisme de conseil agricole romand (AGRIDEA) indiquent des coûts de 26 485 CHF/ha/an pour la culture avec tracteur la plus économique, alors qu'une culture non mécanisée coûte 48 309 CHF/ha/an, dont la plus grande part est allouée à la main-d'œuvre (classeur AGRIDEA Viticulture, p. 0.31, 2012).

⁹ Par exemple, postulat Bugnon 03.3079 du 19 mars 2003, motion Freysinger 12.3482 du 12 juin 2012.

Tableau 3 Évolution de la consommation de vin en Suisse de 1990 à 2012

	1990	2012	Évolution (base 1990)
Population > 19 ans (en millions)	5,2	6,3	+ 21%
Consommation totale (en hl)	3 173 509	2 654 271*	- 16 %
Vins rouges étrangers (en hl)	1 613 771	1 330 039	- 17 %
Vins blancs étrangers (en hl)	170 647	370 392	+ 117%
Total étrangers (en hl)	1 784 418	1 700 431	- 4 %
Vins rouges indigènes (en hl)	574 895	506 450	- 12 %
Vins blancs indigènes (en hl)	814 196	463 625	- 40 %
Total indigènes (en hl)	1 389 091	970 075	- 30 %
Consommation** annuelle moyenne (en l/habitant)	61	42	- 31 %

* Après soustraction des 16 235 hl (de vins indigènes et étrangers) exportés, selon les précisions du rapport de l'OFAG (OFAG, 2013, p. 19).

** Les volumes indiqués sur le tableau ne concernent que les vins tranquilles (i. e. les vins qui ne forment pas de bulles à l'ouverture de la bouteille). Il convient toutefois de relever que la consommation de vins effervescents – une catégorie non comprise dans le contingent d'importation! – a quasiment doublé durant la même période, passant de 98 840 hl en 1990 à 169 234 hl en 2012. Ces vins proviennent en quasi-totalité de l'étranger, et le volume importé en 2012 (170 820 hl) dépasse la consommation de la même année, ce qui traduit une croissance soutenue (OFAG, 2013, p. 40).

Calculs de l'auteur. Chiffres des rapports annuels de l'OFAG (1995, p. 17; 2013, p. 19) et de l'OFS (www.ofs.ch) pour les statistiques de la population.

6.2.2 Reconnaissance des IG comme droit de propriété intellectuelle

Avec la reconnaissance des IG dans le cadre des accords relatifs à la propriété intellectuelle (annexe 1.C des ADPIC, art. 22-23) conclus à Marrakech¹⁰, la Suisse peut désormais miser sur la différenciation qualitative des vins par des AOC pour espérer compenser la concurrence accrue des vins importés.

Les ADPIC définissent les indications géographiques et leur protection comme suit :

Art. 22, al. 1 : « [...] on entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité,

¹⁰ Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC), annexe 1.C de l'Accord instituant l'Organisation mondiale du commerce, conclu à Marrakech le 15 avril 1994, approuvé par l'Assemblée fédérale le 16 décembre 1994, entré en vigueur pour la Suisse le 1^{er} juillet 1995, RS 0.632.20.

réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.

2. Pour ce qui est des indications géographiques, les Membres prévoiront les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher:

a) l'utilisation, dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique autre que le véritable lieu d'origine d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit

b) toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'art. 10bis de la Convention de Paris (1967).»

Les vins et spiritueux bénéficient, en outre, d'une protection additionnelle, notamment :

Art. 23, al. 1. « Chaque Membre prévoira les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique identifiant des vins pour des vins qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, ou identifiant des spiritueux pour des spiritueux qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, même dans les cas où la véritable origine du produit est indiquée ou dans ceux où l'indication géographique est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que "genre", "type", "style", "imitation" ou autres.

2. L'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce pour des vins qui contient une indication géographique identifiant des vins ou qui est constituée par une telle indication, ou l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce pour des spiritueux qui contient une indication géographique identifiant des spiritueux ou qui est constituée par une telle indication, sera refusé ou invalidé, soit d'office si la législation d'un Membre le permet, soit à la requête d'une partie intéressée, en ce qui concerne les vins ou les spiritueux qui n'ont pas cette origine. »

Ces définitions et ces principes sont également repris au niveau bilatéral entre la Suisse et l'Europe, par le biais de l'Accord d'échange de produits agricoles¹¹, plus précisément dans son annexe 7 portant sur le commerce des produits viticoles, lequel stipule la protection réciproque des dénominations des produits vitivinicoles (titre II de l'annexe 7). Une vingtaine de pages d'appendice à cette annexe détaille notamment les « dénominations traditionnelles » de certains vins ou cépages en Suisse, dont l'usage comme outil de différenciation est soumis à un équilibre juridique complexe avec les dénominations européennes (Laesslé, 2014, p. 67)

¹¹ Accord entre la Confédération suisse et la Communauté européenne relatif aux échanges de produits agricoles, conclu le 21 juin 1999, approuvé par l'Assemblée fédérale le 8 octobre 1999. RS 0.916.026.81.

6.3 L'ENTRÉE DES AOC DANS LE RÉGIME DU VIN EN 1992

C'est par le biais d'un arrêté fédéral sur la viticulture (du 19 juin 1992)¹² que les AOC sont inscrites dans la législation fédérale. L'adoption des AOC découle, nous l'avons rappelé plus haut, de la crise de surproduction qui a mis en évidence les lacunes du régime du vin antérieur. Mais elle anticipe également les accords de Marrakech qui seront signés, on l'a vu, deux ans plus tard. Le Conseil fédéral l'exprime clairement, lorsqu'il souligne quel est l'effet attendu de cet outil de différenciation des vins :

« L'ouverture imminente des frontières pour les importations de vin [...] placera les vins indigènes dans une situation de concurrence accrue. La vitiviniculture ne pourra dès lors survivre qu'avec des produits de première qualité. La production de vins de deuxième ou de troisième catégorie ne permettra pas de couvrir les frais de production. » (Conseil fédéral, 1991, p. 460)

Outre la dimension qualitative, les pouvoirs publics cherchent à se doter d'un instrument permettant de s'assurer que les quantités produites ne dépassent pas la capacité d'absorption du marché. C'est à l'atteinte de ce double objectif que les AOC doivent contribuer.

C'est le système en vigueur dans la Communauté européenne qui est adopté comme base de référence. Il se traduit en Suisse par des critères généraux fixés sur le plan fédéral pour les vins de première catégorie, que les cantons ont ensuite pour charge d'élaborer dans leur législation cantonale. Ces critères sont énumérés à l'article 18 de l'arrêté et portent sur la délimitation des zones de production, les cépages, les méthodes de culture, les teneurs minimales en sucre, le rendement maximum, les procédés de vinification et le contrôle organoleptique des vins.

Toutefois, s'il revient aux cantons de définir leur AOC selon ces sept critères, le Conseil fédéral a décidé d'introduire dans sa version finale des plafonds de rendement au m² (auxquels les producteurs étaient opposés), réduisant ainsi la marge de manœuvre des cantons sur le plan quantitatif (Conseil fédéral, 1991, p. 461). Pour prétendre à l'AOC, les vins blancs se voient ainsi limités à des rendements de 1,4 kg/m² et les vins rouges à 1,2 kg/m² (art. 20 de l'arrêté fédéral sur la viticulture du 19 juin 1992).

Les conclusions du septième rapport sur l'agriculture (Conseil fédéral, 1992) ainsi que les engagements internationaux pris par la Suisse dans la perspective d'une libéralisation des échanges amènent à une refonte de la politique agricole autour de la notion de multifonctionnalité (Chappuis *et al.*, 2008). Une notion qui vient se substituer à la logique de la garantie des prix couvrant les coûts de production. Cette réorientation de la politique agricole se concrétise dans la loi

¹² RS 916.140.1.

fédérale sur l'agriculture de 1998 (LAgr)¹³ qui intègre les dispositions de l'arrêté de 1992 et constitue le socle du régime du vin dans son état actuel.

Les dispositions de ce texte concernant la production vitivinicole (art. 60 à 66) sont précisées dans l'ordonnance sur le vin¹⁴ (voir point suivant) et l'arrêté fédéral de 1992 abrogé. L'article 60 de la loi maintient le régime d'autorisation auquel est soumise la plantation de vignes depuis les années 1950, l'octroi des autorisations relevant des cantons. L'article 61 maintient quant à lui l'obligation pour les cantons de tenir un cadastre viticole. L'article 63, le plus important, classe les vins en trois catégories: les vins d'appellation d'origine contrôlée, qui constituent « *la fine fleur des vins suisses* », comme le rappelle le message du Conseil fédéral (2006, p. 6124), puis les vins de pays et, enfin, les vins de table.

En 2006, à l'occasion de l'adoption du « paquet » de la « Politique agricole 2011 », le Conseil fédéral tente de fédéraliser le régime des AOC. Toutefois, l'opposition du Valais a raison de ce projet, et la compétence de définition des AOC reste en main cantonale (Laesslé, 2014 pour les détails). La Confédération conserve uniquement la compétence pour les vins de pays sans dénomination traditionnelle et les vins de table (art. 63 al. 4, LAgr 1998).

Depuis, la protection juridique des AOC en termes de propriété intellectuelle, et notamment le rapport qu'elles entretiennent avec les marques, est définie par analogie avec les AOC et les IGP non vitivinicoles, selon les termes de l'art. 16, al. 6-t-7, LAgr. Les AOC bénéficient ainsi d'une protection contre « *toute exploitation commerciale pour d'autre produit exploitant le renom de la désignation protégée; toute usurpation, contrefaçon ou imitation* » (art. 16, al. 7, lit. a-b, LAgr).

6.4 LE RÉGIME DU VIN DEPUIS LA POLITIQUE AGRICOLE 2011

Pilier du régime du vin en Suisse, l'ordonnance sur la viticulture du 14 novembre 2007 (Ordonnance sur le vin)¹⁵ régleme les conditions de culture de la vigne et de vinification et fixe les conditions permettant la différenciation des vins par les AOC, dont les critères sont harmonisés avec ceux de l'Union européenne (Conseil fédéral, 2006, p. 6124). Elle concrétise les principes de régulation du secteur vitivinicole contenus dans la loi sur l'agriculture, ceux de l'article 21 de la loi sur les denrées alimentaires¹⁶ concernant la protection contre la tromperie dans la désignation particulière de produits agroalimentaires, ainsi que ceux qui lient la Suisse à la Communauté européenne dans le cadre de l'accord du 21 juin 1999

¹³ Loi fédérale du 29 avril 1998 sur l'agriculture (LAgr) du 29 avril 1998, RS 910.1.

¹⁴ Ordonnance sur la viticulture et l'importation de vin (Ordonnance sur le vin) du 14 novembre 2007, RS 916.140.

¹⁵ Version en état au 1^{er} août 2010. RS 916.140.

¹⁶ Loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels (Loi sur les denrées alimentaires, LDAI) du 9 octobre 1992. RS 817.0.

relatif à l'échange de produits agricoles¹⁷. Cette section présente les principaux éléments utiles à l'analyse et sur lesquels prennent (en partie) appui les arrangements de régulation locaux. Le lecteur pourra se référer à Laesslé (2014) pour les détails des mesures (rendements au m², niveaux de sucre en degrés Oechsle, etc.).

6.4.1 Culture de la vigne et orientation du vignoble vers le vin rouge

L'ordonnance regroupe les exigences qui portent sur l'ensemble de la chaîne de production du vin. La section 1 porte sur la culture de la vigne (cadastre viticole, autorisation de planter, reconstitutions et assortiment de cépages).

La section 2 prévoit des subventions pour la reconversion des surfaces viticoles durant les années 2004 à 2011 à la faveur des cépages rouges. Cette mesure vise à réduire la surface plantée en chasselas et en müller-thurgau¹⁸ (deux cépages blancs et non aromatiques) considérés comme excédentaires et peu adaptés à l'évolution du marché, pour les remplacer par des cépages mieux adaptés à la demande, et donc favorables au revenu vigneron (Schweiger & Mann, 2008). Conditionnée par des rendements inférieurs aux plafonds (fédéraux) des AOC, cette subvention fait l'objet d'un jeu stratégique, en Valais notamment *via* l'Interprofession de la vigne et du vin du Valais (IVV), qui abaisse les quotas pour en bénéficier. Les rendements reviennent à leur niveau « classique » dès l'expiration de la mesure¹⁹.

Le rapport d'évaluation de la mesure (Schweiger & Mann, 2008) conclut à son effet rapide en termes de réduction de la surface des cépages visés, mais ne parvient pas à vérifier si le revenu des vignerons s'est effectivement accru.

6.4.2 Critères des vins AOC

La section 3 de l'ordonnance touche au cœur du dispositif: les dénominations des vins et les exigences minimales de production. Le vin d'appellation d'origine contrôlée (AOC) est défini comme un vin « *désigné par le nom d'un canton ou d'une aire géographique d'un canton* » (art. 21, al. 1). Les cantons – compétents dans la définition de leur(s) AOC – doivent impérativement retenir sept types de critères (art. 21, al. 2):

1. une délimitation de l'aire géographique dans laquelle le raisin au minimum est produit;
2. une liste des cépages autorisés;
3. une liste des méthodes de culture autorisées;

¹⁷ Annexe 7 de l'accord du 21 juin 1999 entre la Confédération suisse et la Communauté européenne relatif à l'échange de produits agricoles. RS 0.916.026.81.

¹⁸ Un cépage dominant en Suisse alémanique, souvent appelé riesling – sylvaner en Suisse romande (quand bien même il n'a aucun lien génétique avec le riesling).

¹⁹ Information par téléphone (le 31 octobre 2013) d'un responsable de l'Office de la viticulture du canton du Valais sur la base des bulletins officiels du Grand Conseil du Valais publiant, en juin de chaque année, la décision de l'IVV concernant les limites quantitatives de production.

4. une teneur minimale naturelle en sucre par cépage autorisé;
5. un rendement maximum à l'unité de surface par cépage autorisé;
6. une liste des méthodes de vinification autorisées;
7. enfin, un système d'analyse et d'examen organoleptique du vin prêt à la vente.

Les cantons sont responsables du contrôle de la conformité des vins AOC aux exigences définies selon les points qui précèdent (art. 21, al. 4).

Des teneurs minimales en sucre et des plafonds de rendement sont fixés par région de Suisse et selon les cépages, rouges ou blancs (art 21, al. 6). Cette limitation du rendement, couplée aux exigences de la teneur en sucre – issues de la première période de réglementation –, constitue la pierre angulaire de la législation sur les AOC. Ensemble, elles scellent le lien entre la promotion de la qualité et la limitation des quantités.

Les vins de deuxième catégorie (inférieure à celle des AOC) et les vins de pays (chasselas de Romandie par exemple) relèvent de la (présente) législation fédérale, et leur dénomination concerne un vin « *désigné par le nom du pays ou d'une partie de celui-ci dont l'étendue dépasse celle du canton* » (art. 22, al. 1). Enfin, la troisième et dernière catégorie est celle des « vins de table ». Il s'agit de vins « *issus de raisins récoltés en Suisse* ». Cette dénomination n'est soumise qu'à une exigence d'un niveau minimum de sucre (art. 24). Sachant que les stratégies de différenciation, dans les études de cas, se font exclusivement sur le segment des vins AOC, nous ne détaillerons pas plus ici les catégories inférieures²⁰.

6.4.3 Définition et dénominations du vin

L'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV) définit le vin comme étant « *exclusivement la boisson résultant de la fermentation alcoolique complète ou partielle du raisin frais, foulé ou non, ou du moût de raisin* »²¹. Cette courte définition, qui restreint le terme à un produit issu exclusivement de la fermentation de raisins frais, fait l'objet de nombreuses contestations au niveau international: elle est le fruit d'une vision française du vin, issue d'une époque marquée par les préoccupations d'adultération du vin (usage de raisins secs, d'eau, de sucre, etc.) et est actuellement fortement remise en question par les nouveaux pays producteurs, tenants d'une vision plus souple (Roger, 2010).

La législation suisse actuelle reprend quasiment mot pour mot cette définition, à l'article 6, al. 2 de l'ordonnance du DFI (département fédéral de

²⁰ D'autant plus que lors d'une année normale, environ 99 % de la production est composée de vin AOC, l'offre étant segmentée (déclassement) lors de la commercialisation (Conseil fédéral, 2006, p. 6122).

²¹ Définition de base 18/73, disponible sur le site de l'OIV: <http://www.oiv.int>.

l'intérieur) sur les boissons alcooliques²²: «*Le vin est une boisson obtenue par fermentation alcoolique de raisins frais, foulés ou non, ou de moût de raisin*».

Cette même ordonnance fixe les limites d'usage de certaines dénominations utilisées pour la différenciation des vins (art. 9, al. 1-7). Les vins suisses doivent ainsi porter «*au lieu de la dénomination spécifique "vin", le nom de la classe à laquelle ils appartiennent*». Les vins AOC doivent faire figurer «*l'origine géographique correspondante*», les vins de pays la «*provenance géographique correspondante*», alors que les vins de table doivent indiquer «*Suisse*», mais sont en revanche privés de toute autre mention relative à l'origine, à la provenance, au cépage ou au millésime. Enfin, les vins autres que ceux des catégories précédentes ne peuvent afficher que la dénomination «*vin*» et la couleur, sans aucune autre mention relative à l'origine, à la provenance, au cépage ou au millésime.

Le millésime (année de récolte) ne peut quant à lui être affiché que si le raisin est issu à 85 % au moins de la récolte de l'année en question (art. 10, al. 3), les 15 % restants permettant d'écouler un stock invendu. La règle des 85 % vaut également pour la mention d'un cépage, laissant une marge de manœuvre pour adapter le goût ou la couleur du vin en y ajoutant d'autres cépages (parfois qualifiés de «*teinturiers*»). Cette mesure permet bien sûr, également, d'écouler des cépages moins rémunérateurs en les mélangeant à un cépage plus prisé.

Enfin, les vins AOC peuvent être coupés²³ avec des vins (également AOC) de même couleur à hauteur de 10 %, les vins de pays à hauteur de 15 %, les autres vins pouvant être coupés sans limite (art. 13, al. 3), mais aucun vin suisse AOC, de pays ou de table ne peut être coupé avec des vins étrangers (art. 13, al. 2).

6.4.4 Pratiques œnologiques et douceur du vin

Les pratiques et les traitements œnologiques admis sont définis dans l'ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques. Ces dispositions fixent les limites d'usage, durant le processus de vinification, de certains produits ou de certaines méthodes qui pourraient avoir un impact sur la santé et sur les aspects sensoriels du vin. Ainsi, l'usage de copeaux ou «*chips*» de bois qui apportent au vin un goût boisé de type barrique, est autorisé sur le plan fédéral, sachant que dans un tel cas, les mentions faisant allusion à un récipient en bois, tel que barrique ou fût, sont exclues (art. 10, al. 7).

Pour le reste, l'ensemble des pratiques œnologiques admises en Suisse font l'objet d'un «*Code des bonnes pratiques*»²⁴, réalisé par l'Union suisse des

²² Ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques du 23 novembre 2005 (État le 1^{er} janvier 2011). RS 817.022.110.

²³ Pratique qui consiste «*à mélanger entre eux des raisins, des moûts de raisins ou des vins d'origines ou de provenances différentes*» (art. 13, al. 1) de l'ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques.

²⁴ Code des bonnes pratiques œnologiques, mis à jour par l'interprofession des vins suisse, version du 23 décembre 2002, disponible sur le site de l'union suisse des œnologues, www.usoe.ch.

œnologues²⁵. Ce code se fonde sur les mêmes « bonnes pratiques » internationales, définies au sein de l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV), ainsi que sur la réglementation en vigueur dans l'Union européenne, les complétant pour les « *adapter au particularisme helvétique* » de telle sorte que sa « [...] *stricte application garantit aux praticiens le respect des lois et ordonnances en vigueur* » (USOE, 2002, p. 1). L'autorégulation sectorielle, dans le domaine des détails techniques de vinification – qui ont un impact décisif sur le type de valeurs (notamment sensorielles) produites par les appellations –, est ainsi particulièrement importante.

Le sucre occupe une place toute particulière dans la chimie du vin et son impact sur les aspects sensoriels est majeur (chaleur, rondeur, puissance etc.). L'enrichissement, c'est-à-dire la chaptalisation (ou sucrage) des moûts dans le but d'accroître la teneur en alcool des vins constitue une pratique essentielle pour de nombreux vignobles septentrionaux²⁶. L'ordonnance du DFI l'autorise dans une certaine limite et selon différentes techniques (voir Encadré 5).

La teneur en sucre résiduel du vin (post-fermentation) a également un impact majeur sur ses aspects sensoriels, notamment sa douceur et son équilibre douceur-acidité. Si la quantité de sucre résiduel doit obligatoirement être indiquée sur les étiquettes de vins mousseux (brut, sec, demi-sec, etc.), cette mention est facultative (et rarement utilisée dans la pratique) pour les vins tranquilles (art. 10 de l'ordonnance du DFI). La marge de manœuvre qui en résulte est au cœur de rivalités importantes quant à la définition des valeurs sensorielles correspondant à une certaine appellation. Car un excès de douceur peut affaiblir l'expression aromatique et la complexité du vin, mais convenir davantage à des consommateurs novices, aux dispositions de réception moins élaborées.

Encadré 5. La chaptalisation

L'ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques²⁷ fixe les techniques utilisables pour la chaptalisation (concentration des moûts, adjonction de sucre à sec, cryo-extraction²⁸, etc.) et ses limites : la teneur en alcool ne doit pas augmenter de plus de 2,5 % par l'effet de l'enrichissement (annexe I,

²⁵ Voir www.usoe.ch.

²⁶ À l'inverse, de nombreux vignobles du sud (en Australie et même en Nouvelle-Zélande, dont le climat est pourtant tempéré) contiennent suffisamment de sucre naturel dans le raisin, mais manquent d'acidité, ce qu'ils compensent par l'ajout d'acide tartrique afin d'équilibrer les vins.

²⁷ L'ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques, du 23 novembre 2005, a été abrogée par l'ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques du 29 novembre 2013 (RS 817.022.110), en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2014. Cette dernière développe davantage dans ses annexes la liste des pratiques et traitements œnologiques admis, et reprend ainsi l'évolution du code des bonnes pratiques œnologiques (international), mis à jour en 2011 par l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV, 2012b). Un des changements les plus marquants consiste en l'autorisation de l'édulcoration des vins.

²⁸ La congélation des baies permet de séparer une part de l'eau sous forme solide et de concentrer la teneur en sucre.

section II, art. 1, al. 2). Concrètement, l'ajout de 17 gr de sucre par litre de moût permet de former 1 % vol. d'alcool supplémentaire (soit environ, en masse, 4 % de sucre pour faire monter le niveau d'alcool de 2,5°)²⁹. Ce gain d'alcool se révèle utile pour de nombreux producteurs suisses.

Une très grande majorité des producteurs interrogés (vignerons-encaveurs et négociants confondus) souligne (en la regrettant) la concurrence exercée par des vins étrangers de plus en plus « puissants », ce qui correspond en général à un niveau d'alcool supérieur ou égal à 13 % environ. Or, la puissance d'un vin « impressionne » plus facilement le palais du consommateur, au détriment de vins plus légers (comme le chasselas ou le gamay par exemple). Si l'on s'en tient aux seuils de sucre naturel exigés pour l'AOC, certains vins suisses sont loin de pouvoir rivaliser en termes de puissance. Le règlement sur les vins vaudois exige ainsi qu'un chasselas de La Côte atteigne au moins 64° Oe³⁰. En laissant uniquement la nature travailler, le seuil minimal de 64° Oe permet d'aboutir à un vin dont la teneur en alcool est de 8,2 % vol. En tenant compte des 2,5° supplémentaires autorisés on atteint 10,7 % vol. Or, ce niveau d'alcool est encore bien en dessous de 12 % vol., une teneur en alcool souvent évoquée dans la profession comme le niveau à atteindre pour correspondre aux attentes des consommateurs pour du blanc. Depuis 2014, l'ordonnance limite toutefois le volume d'alcool que le vin peut contenir après une opération d'enrichissement à 12 % pour les blancs et à 12,5 % pour les rosés et les rouges, laissant aux cantons la possibilité d'être plus restrictifs pour leurs vins AOC (appendice 13 de l'annexe 2 de l'ordonnance du DFI du 29 novembre 2013).

L'enjeu de la douceur du vin (et des pratiques légitimes pour la favoriser) s'est récemment³¹ cristallisé sur la question de l'édulcoration. Cette pratique, qui renvoie au champ sémantique des sodas industriels, concerne l'ajout de « moût concentré rectifié » (MCR), un produit qui n'est défini, et autorisé, que depuis 2014 dans l'ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques. Par moût de raisin concentré rectifié, on entend le produit liquide non caramélisé obtenu par déshydratation partielle du moût de raisin, effectuée par toute méthode adéquate autre que le feu direct (art. 15, al. 1). Le moût concentré contient plus de 61 % de saccharose. Le MCR est utilisé une fois le vin terminé et stabilisé : il s'agit d'une édulcoration, où l'ajout de ce sirop de raisin permet de masquer d'éventuels défauts du vin, notamment de la verdeur ou un caractère herbacé (un défaut qui découle souvent d'un manque de maturité du raisin ou d'un

²⁹ Formule tirée du classeur Agridea CEnologie, fiche 4.05.11, version août 2009.

³⁰ Relevons que, dans la pratique, le sondage moyen du chasselas de Féchy atteignait 72° Oe, selon le contrôle cantonal de la vendange 2012.

³¹ Depuis la révision de l'ordonnance du DFI en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2014.

excès de charge de la vigne). Cette technique permet bien entendu (aussi) de « regagner » de la puissance et de la rondeur face aux vins étrangers si prisés par les consommateurs suisses.

Contrairement à la réglementation de la chaptalisation, l'ordonnance du DFI présente la particularité de ne prévoir aucune limite à la quantité de sucre qui peut être ainsi ajouté dans le vin en bouteille, ce qui suscite de nombreuses rivalités qui reflètent celles portant sur le sucre résiduel. Si l'usage de l'édulcoration et du MCR est autorisé par la réglementation fédérale, il ne semble pas, pour l'instant, qu'un consensus existe au sein des organisations de branche cantonales s'agissant du cadre de son utilisation (Laesslé 2014, p. 88). La rivalité demeure irrésolue pour l'instant.

6.4.5 Différenciation par les cépages ou les AOC

Pour conclure cette partie sur le régime fédéral, il est important de préciser la relation existant entre les cépages et les AOC. En effet, la logique adoptée par la législation fédérale n'est pas étrangère aux grandes dynamiques internationales, abordées dans la problématique de cet ouvrage et dans la revue de littérature (Hinnewinkel & Velasco-Graciet, 2005; Salomon, 2005; Schirmer, 2010), qui s'articulent notamment sur les deux « pôles » de différenciation que sont les AOC et les marques et cépages. Les dynamiques locales des arrangements y font inévitablement écho, plus ou moins en phase ou à contre-courant.

Pour situer les grandes lignes de force, il convient de rappeler la formidable montée en puissance des vins du Nouveau Monde – face au Vieux Continent – sur le marché global (Schirmer, 2012) : leur part dans les exportations mondiales de vin est passée d'environ 5% durant la deuxième moitié des années 1980 (calculs de l'auteur selon OIV, 1999, p. 79-81) à 28% en 2010 (OIV, 2012).

Ces évolutions ont été traduites dans la législation communautaire (Roger, 2010; Jennar, 2007) et dans la réforme de 2008 de l'Organisation commune du marché pour les vins en Europe (OCM vin)³². Dans le domaine de la désignation des vins (et donc des règles d'étiquetage), la réglementation européenne interdisait, jusqu'à la réforme de 2008, que les noms de cépages (et de millésime) apparaissent sur les vins sans indication géographique; seuls les vins dits « de qualité produits dans des régions déterminées » (VDQPRD, dont les AOC constituaient le sommet qualitatif) et les vins de pays avec indications géographiques pouvaient y prétendre. Depuis 2008, tous les vins de l'Union peuvent faire figurer un ou plusieurs noms de cépages ainsi que le millésime, une réforme qui s'inscrit dans une modification majeure des rapports de pouvoir

³² Règlement (CE) N° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008 portant sur l'organisation commune du marché vitivinicole. Journal officiel de l'Union européenne, L 148/1.

au sein du monde du vin (Roger, 2010) et que l'administration fédérale suisse, via l'OFAG et l'OFSP³³ résume ainsi, sur un ton d'évidence qui lui est propre :

« [...] Cette mesure a été introduite afin d'abolir les différences avec les vins du nouveau monde, mais aussi de répondre à la demande de consommateurs en matière de vins de cépages. [...] L'Union européenne, qui était plutôt restrictive au niveau de ses normes d'étiquetage, les libéralise afin de permettre à ses producteurs de vins de catégories inférieures de se défendre avec les mêmes armes contre la concurrence étrangère. » (DFE & DFI, 2008, p. 5)

Sans en exagérer sa portée, il convient de souligner ici l'ampleur de la rupture que marque la « mise à niveau » de l'usage des noms de cépages avec les AOC, en termes de logique de différenciation et, par-dessus tout, de construction de l'exclusivité. Si la présente recherche fait l'hypothèse d'un *continuum* d'action collective entre une différenciation par les AOC et les cépages (et les marques), il n'en reste pas moins que les AOC et les cépages demeurent diamétralement opposés du point de vue de la propriété intellectuelle (et donc de l'exclusivité) : les premières sont par définition exclusives, alors que les seconds relèvent du domaine public et sont utilisables partout et par tous comme outil de différenciation. L'intérêt que les nouveaux pays producteurs de vin portent à un marché international segmenté par les cépages tient précisément (entre autres, voir le point 2.3.2) à cette disponibilité d'usage. Cette dualité fondamentale est cruciale pour la compréhension, d'une part, des rivalités des producteurs suisses vis-à-vis des vins étrangers et, d'autre part, des conflits qui accompagnent la définition (et la mise en œuvre) des règles d'articulation entre l'utilisation de cépages et d'appellation en Suisse.

Ce sont ces grandes évolutions de la réglementation européenne, accordant davantage de légitimité à la différenciation par les cépages, qui sont à l'origine de la relation entre cépage et AOC en Suisse. Les modifications les plus récentes apportées à la législation fédérale dans le domaine sont le fruit d'une consultation menée dans le cadre du premier paquet d'ordonnance de la politique agricole (PA) 2011.

Le rapport réalisé par l'OFAG et l'OFSP (« Rapport cépages », DFE & DFI, 2008) et soumis à la consultation proposait, à l'issue des consultations des premières ordonnances de la PA 2011, d'étudier les possibilités de réserver la mention de certains noms de cépages à l'étiquetage de vins suisses AOC.

Le Rapport cépages souligne que la demande de réserver certains noms de cépages exclusivement à des vins AOC, et donc de priver les vins de pays de cette possibilité de différenciation supplémentaire, va à contre-courant des dynamiques internationales et surtout des évolutions réglementaires européennes, tournées vers la libéralisation (DFE & DFI, 2008, p. 10). En

³³ Office fédéral de l'agriculture, Office fédéral de la santé publique.

effet, une telle mesure impliquerait une forme de discrimination à rebours à l'encontre des producteurs suisses de vins de pays, dans la mesure où les vins étrangers non-AOC peuvent user de cette distinction par le cépage et qu'il serait impossible d'empêcher qu'ils ne se retrouvent en Suisse «*sur les étals à côté de vins suisses AOC, avec des étiquettes portant la mention des mêmes cépages*» (DFE & DFI, 2008, p. 11), en vertu des accords internationaux.

En revanche, le Rapport cépages ainsi que celui qui synthétise la procédure d'audition³⁴ préconisent de formuler des appellations d'origine qui associent dans le libellé de l'AOC un nom de cépage à un localisant géographique, ce que les législations suisse et européenne autorisent. Une mesure qui permettrait de protéger des dénominations du type «*petite arvine du Valais AOC*», «*cornalin du Valais AOC*» ou encore «*plant robert vaudois AOC*», sans pour autant priver les vins de pays d'utiliser parallèlement le nom du même cépage. Le résultat de la procédure d'audition souligne même que cette solution «*semble particulièrement bien adaptée aux spécialités valaisannes*»³⁵ (2008, p. 6).

La question des «*spécialités*» fait l'objet des dispositions relatives aux dénominations traditionnelles, définies à l'annexe 3 de l'ordonnance sur la viticulture. Elles peuvent être liées aux vins de pays, pour autant qu'une base légale cantonale en précise les conditions et qu'elles ne soient pas utilisées simultanément pour des vins AOC (art. 23, al. 2 de l'ordonnance).

Le «*nœud*» dans la relation entre dénominations traditionnelles et noms de cépage est un enjeu de propriété intellectuelle, relatif au droit d'usage exclusif du nom qu'elle permet. Il renvoie au fait que les premières sont reconnues comme indications de provenance et bénéficient de la protection de la loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance³⁶, alors que l'usage du nom des seconds relève du domaine public, sachant notamment qu'ils servent à distinguer des variétés végétales. Dès lors, «*il n'existe pas à l'heure actuelle une disposition de droit public qui permette de monopoliser l'utilisation du nom d'un cépage pour les vins d'une région déterminée*» (DFE & DFI, 2008, p. 13).

Un enjeu supplémentaire consiste à définir si des dénominations revendiquées comme traditionnelles par des acteurs locaux ou cantonaux ne sont pas, *in fine*, des synonymes de noms de cépages, même s'il est bien reconnu qu'elles servent à désigner un vin local/régional. C'est le cas de la malvoisie, synonyme du pinot gris, revendiquée comme appellation traditionnelle par le Valais, mais déjà utilisée dans la vallée de la Loire et en Savoie.

³⁴ Résultats de la procédure d'audition sur le Rapport cépages, OFAG & OFSP, 1^{er} octobre 2008, 8 p.

³⁵ Dans le canton du Valais, le terme «*spécialités*» est parfois utilisé pour désigner certains cépages considérés (à tort ou à raison) comme autochtones ou encore traditionnels.

³⁶ Loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance (Loi sur la protection des marques, LPM) du 28 août 1992 (État le 1^{er} janvier 2011). RS 232.11.

Alors que le canton du Valais demandait précisément de faire inscrire plus de neuf dénominations traditionnelles, une seule, Païen/Heida³⁷, a été considérée légitime et retenue par l'OFAG pour intégrer la liste de l'ordonnance (sur la viticulture). Les dénominations refusées sont essentiellement des noms de cépages relevant du domaine public (petite arvine, cornalin, rèze, amigne, humagne), des synonymes de nom de cépage (malvoisie) ou des appellations d'origine protégées en Europe (hermitage et johannisberg). Le plant robert, cousin du cépage gamay revendiqué comme dénomination traditionnelle par les Vaudois du Lavaux, n'a pas non plus été retenu.

En conclusion, les résultats de l'audition du Rapport cépages – qui aboutit à définir les principes suivis par la Confédération dans ce domaine de compétence – encouragent, dans une perspective de compatibilité et de convergence avec le droit européen, la combinaison du nom de cépage avec un nom géographique dans le libellé de l'AOC, pour les acteurs qui souhaitent accroître – et protéger – la différenciation de leur vin. C'est une logique que l'on peut qualifier de grand syncrétisme, sachant que la valorisation des cépages, sur le plan international, se construit précisément en opposition à la protection exclusive des dénominations géographiques.

Avant d'entrer dans la présentation des études de cas, revenons sur une séquence du jeu mené par les acteurs valaisans pour infléchir le régime fédéral en leur faveur, dans le prolongement des conclusions du Rapport cépages. En décembre 2010, un conseiller national valaisan dépose une motion chargeant le Conseil fédéral de « reconnaître et faire reconnaître la "Petite Arvine" comme dénomination traditionnelle valaisanne d'un vin issu du cépage Arvine »³⁸. Le requérant argue notamment du fait que, selon un sondage, environ 80 % des consommateurs considèrent que la petite arvine est un vin de qualité et que la même proportion affirme³⁹ qu'il s'agit d'un vin et non d'un cépage. Par conséquent, l'utilisation de cette désignation pour un vin de table serait fortement préjudiciable à la réputation de la désignation. Malgré les explications du Conseil fédéral qui reprennent les conclusions du Rapport et soulignent l'impossibilité, autant en droit suisse que communautaire, de rendre l'usage des noms de cépages exclusif, la motion est acceptée en Conseil des États en décembre 2012, après avoir obtenu le soutien de la commission correspondante⁴⁰.

³⁷ Cépage essentiellement cultivé dans le Haut-Valais, majoritairement germanophone, sa dénomination est utilisée dans les deux langues, « Païen » étant la traduction littérale de « Heiden », terme à l'origine du nom Heida.

³⁸ Motion 10.4103 « Reconnaître la Petite Arvine comme dénomination traditionnelle d'un vin valaisan », déposée par Christophe Darbellay le 17 décembre 2010.

³⁹ À tort bien sûr ; mais en l'occurrence l'ignorance de cette nuance par une forte majorité des consommateurs au niveau suisse plaide en faveur d'une protection de la dénomination.

⁴⁰ Conseil des États, Rapport de la commission de l'économie et des redevances du 14 novembre 2012 à la motion Darbellay 10.4103 « Reconnaître la Petite Arvine comme dénomination traditionnelle d'un vin valaisan ».

Ce dernier retournement illustre l'attachement d'acteurs locaux ou régionaux à certaines dénominations et leur détermination politique à obtenir leur protection par le biais des règles de la propriété intellectuelle. Dit autrement, les acteurs touchés par une disposition du régime qui structure en leur défaveur les valeurs (ici symboliques) d'une appellation sont peu enclins à abandonner le jeu sur la définition des règles. En l'occurrence, il s'agit d'un cas typique d'opposition de ressources d'action, entre les détenteurs de la ressource « droit », soit le Conseil fédéral et l'OFAG, d'un côté, et les acteurs valaisans qui parviennent à activer une majorité politique avec succès, de l'autre.

Ce genre de jeu institutionnel se déploie avec autant de vigueur dans les arrangements locaux, pour le cas de la petite arvine ou pour d'autres enjeux, comme vont le montrer les études de cas qui suivent.

6.5 SYNTHÈSE INTERMÉDIAIRE

L'introduction des AOC dans le régime du vin suisse fournit plusieurs enseignements utiles à la lecture et à la bonne compréhension des chapitres suivant.

On observe, en premier lieu, que l'intégration des AOC se fait de façon incrémentale et par à-coups. Elle permet d'apporter une réponse à plusieurs problèmes publics, propres à la vitiviniculture et à l'agriculture ou s'inscrivant dans l'agenda plus large de la réforme de la politique commerciale de la Suisse. La première version de l'arrêté de 1992 (proposé en 1989 déjà) apporte une solution aux risques de récoltes excédentaires, mais est rejetée en référendum pour des motifs qui sont sans lien avec la logique de l'AOC elle-même (Conseil fédéral, 1991). La version remaniée qui entre en vigueur en 1992 présente l'avantage de lier la question des risques d'excédents à l'anticipation de l'ouverture du marché agricole. Ce faisant, la définition des AOC permet également de résoudre définitivement le « nœud » de conflits entre liberté du commerce (*i. e.* usage productiviste des vignes) et stabilité des quantités mises sur le marché, en légitimant une intervention restrictive de l'État (en termes d'usages possibles des infrastructures vitivinicoles) fondée sur la logique d'une production de qualité.

Dans ce processus incrémental, les cantons jouent un rôle déterminant, notamment Genève – le premier à définir l'AOC – et le canton du Valais. L'arrêté cantonal valaisan de 1990 est à l'origine d'un point essentiel, à savoir la reconnaissance par le Tribunal fédéral de la légitimité de la restriction de la liberté de commerce en faveur de la qualité. Les résultats de recherches en viticulture réalisées par les stations fédérales ont significativement contribué à cette légitimité, comme l'espéraient les tenants de l'introduction des AOC (Laesslé, 2014, p. 103).

Le processus d'intégration des AOC dans la réglementation fédérale a toutefois trouvé son terme en 2006, lorsque les relais politiques de la production

en Valais ont convaincu le Parlement de rejeter le projet du Conseil fédéral de centraliser la compétence en la matière. La confirmation de la cantonalisation du dispositif souligne l'ampleur des dimensions symboliques – et des enjeux commerciaux bien sûr – liées à la réglementation du vin : les acteurs cantonaux du secteur tiennent à maintenir autant d'autonomie que possible en la matière, éventuellement aux dépens des consommateurs pour lesquels la connaissance exacte des multiples logiques d'AOC cantonales et de leur déclinaison dans des labels de différenciation supplémentaires (Grand cru, Premier cru, etc.), reste probablement hors de portée⁴¹.

En termes de lecture par le RIR, le régime du vin suisse forme un objet hybride. Les règles de la propriété (intellectuelle) ne constituent pas ici un corpus de règles relevant exclusivement du système régulateur – par définition du RIR, distinct des politiques publiques – mais se voient introduites dans la politique publique elle-même. Si l'objet (le régime) ne correspond pas aux « canons » des RIR, l'intérêt d'utiliser l'analyse que nous proposons dans cet ouvrage est au contraire renforcé, dans la mesure où, sur le fond, il s'agit bien de la définition des droits de propriété et d'usage d'un certain nom et des conditions qui y sont assorties.

À ce titre, le régime suisse est d'autant plus intéressant du point de vue du rôle accordé aux cépages, du fait de l'importance croissante de ces derniers comme outil de différenciation dans une perspective internationale – les principes du rapport de 2008 (DFE & DFI) compliquent encore l'enchevêtrement des règles du régime, dans la définition des droits de propriété et d'usage – et donc, dans la construction de l'exclusion légitime.

Les auteurs du Rapport cépages indiquent, au travers d'une métaphore qui frise la naïveté, vouloir permettre aux producteurs nationaux de « lutter avec les mêmes armes » que leurs concurrents, issus notamment des nouveaux pays producteurs. Or, ce raisonnement pêche par sa logique métonymique : si l'on peut considérer qu'un usage libéralisé des noms de cépages correspond aux conditions prévues au niveau international, l'ensemble de la portée du régime (cadastre, règles de dénominations et d'AOC notamment), couplé à la nature des coûts de production en Suisse, limite considérablement la possibilité de disposer exactement des mêmes armes sur le marché. De plus, les producteurs eux-mêmes peuvent s'opposer à cette logique (comme dans le cas de la petite arvine) et imposer un rapport de force politique à la rationalité juridique afin de préserver certaines valeurs symboliques associées au cépage. Dans le domaine sensoriel, les rivalités laissées ouvertes par les dispositions du régime concernant le sucre résiduel et l'édulcoration trouvent également des réponses locales variées.

⁴¹ Comme on peut en déduire à l'aune des difficultés éprouvées par les experts du vin eux-mêmes. Voir notamment *L'hebdo*, 23 janvier 2014.

CHAPITRE 7

LE CANTON DE VAUD

Le canton de Vaud est le second plus important producteur de vin de Suisse avec un peu plus de 3 800 ha de vignes (OFAG, 2013). La majorité du vignoble est située sur les rives du lac Léman dont la masse d'eau exerce un effet de régulateur thermique favorable à la culture de la vigne. La nature des sols (moraines, marnes, schistes, éboulements pierreux, etc.) et les conditions pédoclimatiques sont variables, marquées par des vignobles en terrasse à l'est et des pentes douces à l'ouest. Ces différences confèrent (potentiellement) de fortes variations sensorielles aux vins, et tout particulièrement aux chasselas, ce qui contribue à la typicité associée à une appellation (ainsi la minéralité marquée des vins d'Yverne, une appellation située sur un ancien éboulement)¹.

7.1 LE VIGNOBLE VAUDOIS

Le vignoble est composé en très large majorité de chasselas (voir Tableau 4), un cépage blanc non aromatique², vinifié historiquement et presque uniquement en Suisse, alors qu'il est destiné à la consommation de raisin de table en France. Dans leur ouvrage de référence internationale, Hugh Johnson et Jancis Robinson reflètent d'ailleurs l'opinion peu glorieuse que le monde des vins fins porte sur ce cépage: «*Le cépage le plus planté de la Suisse est le pâle chasselas, qui parvient à avoir du caractère dans les sites les plus favorisés*» (2008, p. 254). Or, précisément, de nombreuses appellations du canton de Vaud, telles que Féchy ou Dézaley, ont gagné une notoriété importante (M.I.S Trend, 2008) sur la base de terroirs favorables au chasselas, cultivé dans le Lavaux depuis le XIII^e siècle (Archives cantonales vaudoises, 2009).

¹ Comme le souligne l'organe promotionnel de la viticulture du canton : <http://www.vins-vaudois.com/aoc>.

² Contrairement au sauvignon blanc ou à la petite arvine, par exemple.

Ce sont depuis lors les appellations géographiques – et non les cépages – qui constituent l’outil de différenciation central et historique du canton. Ces appellations, réglementées par des arrêtés cantonaux qui en fixent les limites géographiques et les droits d’assemblage correspondants depuis la fin des années 1940 (Archives cantonales vaudoises, 2009), ont parfois acquis une telle notoriété que, selon de nombreux producteurs, les consommateurs ignorent souvent quel est le cépage utilisé.

Tableau 4 Encépagement vaudois en 2012

Cépage	Proportion
Chasselas	69 %
Pinot noir	10 %
Gamay	9 %
Spécialités rouges	8 %
Spécialités blanches	4 %

Source : Contrôle de la vendange 2012

Les différentes topographies du vignoble ne sont pas sans impact sur son mode d’exploitation et, par ricochet, sur le type d’acteurs implantés dans les régions correspondantes. La région viticole de «La Côte» notamment (qui produit plus de la moitié³ du volume des vins vaudois), dont le vignoble se déploie sur des pentes relativement douces et sur environ 45 km dans l’ouest du canton, est favorable à une exploitation mécanisée et donc aux exploitations de plus grande envergure, c’est-à-dire aux acteurs du négoce et de l’encavage. À l’inverse, la région viticole de Lavaux (23 % du volume de vin du canton)⁴ est caractérisée par des vignes en terrasse parfois vertigineuses, où les parcelles sont fortement morcelées et des économies d’échelle par la mécanisation difficilement réalisables. La région compte à ce titre une proportion relativement importante de vigneron-encaveurs. Chaque région abrite des lieux de production qui correspondent à des aires géographiques inférieures à la région (voir les sections suivantes) plus ou moins réputées pour la qualité de leur vin, une réputation qui se traduit par des prix au litre pouvant varier du simple au double⁵.

³ Calculs de l’auteur, sur la base du contrôle officiel de la vendange 2012.

⁴ *Ibid.*

⁵ Selon les entretiens avec des producteurs de La Côte.

Encadré 6. L'étude des terroirs vaudois

Initiée en 2000, une étude exceptionnellement approfondie des spécificités des terroirs vaudois et de l'adéquation des cépages avec ces derniers est arrivée à son terme en 2011⁶. L'historique de la démarche qui figure au début de ce dossier dans les archives cantonales, (Archives cantonales vaudoises, 2009, p. 5) lui attribue des objectifs ambitieux: «*À la fin des années 1990, la préoccupation des organisations viticoles vaudoises a été de valoriser les terroirs et, le cas échéant, de reconsidérer les appellations d'origine contrôlée (AOC)*».

Ce projet a abouti à la réalisation de documents détaillés, notamment une cartographie des sols, des rapports géo-pédologiques, des cartes climatiques, ainsi que des rapports physiologiques concernant le comportement des vignes (Murisier & Brigueat, 2004, p. 3). La première phase du projet, portant sur les terroirs, a été complétée par une étude conclue en 2011 portant sur l'adéquation existant entre ceux-ci et les cépages plantés (Agroscope Changins-Wädenswill ACW, 2011). Ce vaste projet de recherche a bénéficié d'un financement de la Confédération (Commission pour l'innovation technologique) et s'est articulé sur une collaboration entre les stations de recherche fédérale, l'EPFL et un bureau d'étude français. Ce rapport très riche, qui avait pour but de servir d'outil pour les vignerons (Murisier & Brigueat, 2004) et qui constitue un outil de savoir-faire et de connaissance des infrastructures (parcelles, vignes, etc.), est certainement bien mis à profit sur les sites de formation des professionnels mais se révèle particulièrement absent des réflexions à l'origine des réformes de la réglementation vaudoise, à l'exception des critères développés pour les exigences de 1^{er} Grand cru (le dossier technique). Certains acteurs ont toutefois su le mobiliser à leur avantage dans les rapports de force qui ont abouti à la redéfinition des appellations vaudoises en 2009, comme l'ARL du cas de Féchy en atteste. L'utilisation modeste de ces informations objectives sur la nature des terroirs vaudois dans les dispositifs réglementaires renvoie aux profondes rivalités qui structurent la formation des ressources que constituent les appellations vaudoises.

7.2 LES ACTEURS CANTONAUX

Qui sont les principaux groupes d'acteurs actifs à l'échelon cantonal et que l'on retrouve en partie dans les configurations d'acteurs des études de cas ?

⁶ L'ensemble des rapports sont disponibles sur le site de l'organisation Prométerre: http://www.prometerre.ch/proconseil/etude_des_terroirs_viticoles_vaudois.

Encadré 7. Les types d'acteurs dans le secteur vitivinicole

Il est commun de distinguer trois segments dans la filière vitivinicole⁷. Les deux premiers sont composés par ce que l'on appelle des « familles », à savoir celle de la production et celle du négoce, généralement représentées paritairement dans les organes interprofessionnels.

Le segment (ou la famille) de la production. Il est composé, d'une part, des vigneron·s. Ces derniers cultivent des vignes dont ils sont propriétaires ou locataires et livrent leur raisin à des entreprises d'encavage ou, éventuellement, à des vigneron·s-encaveurs. Ces livraisons peuvent faire l'objet d'un contrat écrit (ou oral), portant parfois sur plusieurs années, ce qui garantit une prise en charge de la vendange. D'autre part, il s'agit des vigneron·s-encaveurs (vigneron·s indépendants en France) qui vinifient et commercialisent leur propre raisin⁸ et détiennent des compétences en œnologie.

Le segment (ou la famille) du négoce et de l'encavage. Ce segment est composé, d'une part, des caves (*i. e.* entreprises de négoce de vin et d'encavage), qui vinifient et commercialisent du raisin issu de leurs propres domaines ou acheté à des vigneron·s. D'autre part, il recouvre les coopératives viticoles, détenues par les vigneron·s qui y livrent leur raisin pour vinification et commercialisation. Dans les organisations interprofessionnelles, les coopératives occupent parfois une position ambiguë dans la mesure où leurs valeurs et leurs intérêts sont partagés entre la logique du négoce et celle des vigneron·s-coopérateurs. Le segment de l'encavage et du négoce est le principal fournisseur de la grande distribution.

Le segment de la distribution et des intermédiaires. Schématiquement, le vin suisse est écoulé soit *via* les bouteilles achetées directement à la cave, soit par le secteur dit « Horeca » (hôtellerie, restauration, café), soit enfin par les détaillants ou la grande distribution. Une proportion substantielle du vin suisse est commercialisée par cette dernière (la proportion s'élève à environ 40 % pour les vins valaisans)⁹. Par la concentration relativement élevée du secteur de la grande distribution en Suisse – les acteurs évoquent une situation de duopole – ce segment de la filière occupe une certaine position de force vis-à-vis du négoce et de la production, qui se traduit par une pression sur les prix auprès des fournisseurs

⁷ Pour une cartographie plus détaillée de la filière cantonale, voir Réviron *et al.*, 2011, p. 99.

⁸ Légalement, le statut de vigneron-encaveur est limité à l'achat de 2 000 litres de vin par an (*i. e.* en sus de sa propre production). Au-delà, il s'agit d'une entreprise de négoce qui relève du contrôle suisse (fédéral) du commerce des vins (art. 36 de l'Ordonnance sur le vin du 14 novembre 2007, RS 916.140).

⁹ Selon le rapport d'étude *Viti 2015* (Catry, 2009).

nationaux¹⁰, pression accrue depuis la libéralisation des importations. À titre d'exemple, les groupes Coop et Migros (*via* la filiale Denner) ont assuré à eux seuls 42% de la totalité des importations de vin en 2010 (Laesslé, 2014, p. 163). Cette utilisation massive de vins étrangers par les deux principaux distributeurs s'ajoute à leur position favorable de quasi-duopole. Enfin, on peut relever que les contingents d'importations globalisés (fixés à 170 millions de litres depuis 2001) n'ont jamais été épuisés: c'est-à-dire que la totalité des importations n'a jamais été frappée de tarifs plus élevés que ceux (préférentiels) du contingent, alors que, parallèlement, la consommation générale régresse, à la faveur (relative) des vins étrangers (voir Tableau 3). Ce décalage fait l'objet de critiques politiques récurrentes, mais vaines¹¹. Le rapport de force au bénéfice de la distribution doit toutefois être nuancé selon le fournisseur, dans la mesure où certaines entreprises de négoce ou des coopératives importent également elles-mêmes du vin. Enfin, les courtiers en vin contribuent à la fluidité des échanges de la matière première dans la filière.

7.2.1 Les vignerons

La majorité des vignerons, au nombre de 3 000 environ dans le canton, sont regroupés au sein de la Fédération vaudoise des vignerons (FVV). L'affiliation est volontaire et la FVV s'occupe uniquement de la défense des intérêts des vignerons, prenant position sur les projets de réforme du régime fédéral ou de la réglementation cantonale, essentiellement dans le cadre de l'organisation interprofessionnelle cantonale (voir *infra*).

7.2.2 Les vignerons-encaveurs

Le canton compte environ 500 vignerons-encaveurs¹², dont environ 200 sont membres de la section vaudoise de l'Association suisse des vignerons-encaveurs (ASVE)¹³. Les membres de l'association disposent d'un logo (national) leur permettant de se différencier, et d'une bouteille de 0,70 l de

¹⁰ Évoqué par plusieurs vignerons-encaveurs et négociants interrogés. Nous ne détaillons pas ici davantage les différents mécanismes, liés en majeure partie à la concentration des moyens de production et surtout d'encavage et de vinification, qui renforce la position de la grande distribution par rapport aux plus petits producteurs, qu'ils soient vignerons-encaveurs ou uniquement vignerons. Voir notamment Baudouin (2010, p. 165-173), in Hinnewinkel (2010), pour les différences de taux de rentabilité entre la production de raisin et la vinification.

¹¹ Voir notamment la réponse du Conseil fédéral à la motion Freysinger 12.3482, du 12 juin 2012.

¹² Données de l'OIC fournies par courriel en mars 2014 et portant sur plusieurs années dans la mesure où les contrôles ont lieu tous les deux ou quatre ans.

¹³ <http://www.vignerons-vaudois.ch/fr/lassociation/>.

contenance (contrairement aux 0,75 l qui constituent la norme internationale) sur laquelle figure ce même logo. Dans le cadre d'une exploitation familiale, la taille de leur exploitation ne dépasse généralement pas 10 ha et se situe plus communément entre 5 à 7 ha. Les vigneron-encaveurs assurent environ 25 % de l'offre de vins vaudois (Réviron *et al.*, 2011).

7.2.3 Le négoce et les coopératives

Le négoce joue un rôle important dans le canton de Vaud, et les intérêts de ce segment s'accommodent bien des règles, relativement souples, d'assemblage et d'usage des appellations qui caractérisent la réglementation cantonale. Cette souplesse (voir *infra*) permet notamment de lisser le coût du raisin issu des diverses appellations (plus ou moins réputées) et d'éviter que celles-ci ne prennent trop de valeur au détriment des vins de marques de la cave. Les études de cas permettent d'illustrer cette rivalité. Le principal groupe de négoce de Suisse, Schenk SA¹⁴, implanté dans la région de La Côte, occupe un rôle important: il produit environ 14 millions de bouteilles¹⁵ et constitue le principal propriétaire de vignes de Suisse. Le groupe est également un importateur conséquent, avec 2,5 millions de litres de rouge et 0,7 million de litres de blanc importés en 2010¹⁶.

Les coopératives correspondent généralement à une base régionale (ainsi la Viticole de Yverne, de Perroy ou les Caves de La Côte). La principale coopérative du canton, Uvavins, est également implantée dans la région de La Côte et produit environ 4 millions de cols (bouteilles de toutes tailles confondues) par an. Afin de diversifier son offre, elle a par ailleurs racheté une entreprise de négoce en 1994, dédiée aux vins étrangers: ces derniers sont réservés à l'hôtellerie et la restauration (secteur dit «Horeca»), alors que les vins de la coopérative (sous l'entité Caves de La Côte) visent surtout la grande distribution. On voit bien ici l'enchevêtrement des logiques qui peut caractériser les coopératives.

7.2.4 Les institutions collectives

La Communauté interprofessionnelle des vins vaudois (CIVV) est l'organe interprofessionnel de la filière. Il s'agit d'une association à qui la Loi cantonale

¹⁴ Filiale suisse et originaire d'une holding internationale, Schenk Wine, qui exploite plus de 3 500 ha de vignes: <http://www.schenk-wine.com/>.

¹⁵ Toutes tailles confondues (entretien avec le directeur).

¹⁶ Rapport de l'office fédéral de l'agriculture concernant les mesures tarifaires prises durant l'année 2010; disponible à l'adresse: <https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/markt/einfuhr-von-agrarprodukten/veroeffentlichung-der-zuteilung-der-kontingentsanteile/veroeffentlichung-der-zuteilung-der-kontingentsanteile-2010.html>.

sur la viticulture délègue certaines tâches¹⁷. Elle a notamment pour objet : « [...] *L'étude, la coordination de toute la politique vitivinicole vaudoise, l'élaboration de la réglementation* [...] »¹⁸. Ses organes (comité et assemblée générale) représentent de façon paritaire chaque famille (Statuts, art. 4-8). L'assemblée générale permet d'inviter des représentants extérieurs (de l'État et des courtiers notamment) avec voix consultative (art. 5). Le financement de l'association est assuré par les membres, au prorata de leurs délégués (art. 11).

Le principal outil professionnel dont dispose la CIVV dans le domaine de la promotion du vignoble, des vins et de leur image est l'Office des vins vaudois (OVV). Il s'agit d'une institution de droit public créée par le chapitre VIII de la loi cantonale sur la viticulture. L'OVV est subordonné à la CIVV qui définit sa stratégie. Il tire ses ressources financières des taxes versées par les producteurs (en fonction de la surface de vigne) et par les encaveurs vaudois (en fonction du volume encavé) (art. 37 de la loi sur la viticulture). La taxe est plafonnée respectivement à 8 centimes par m² et à 6 centimes par litre; elle est fixée tous les trois ans par le chef du département, qui tient notamment compte des actions engagées par l'OVV, donc des besoins effectifs de financement (art. 38).

Enfin, la marque de qualité Terravin, créée à l'initiative de la fédération des vigneron·ne·s au début des années 1960, constitue un outil de différenciation supplémentaire, adopté par un nombre croissant de caves. L'obtention du label se fonde sur une dégustation de sélection très structurée. Le label a pour but consensuel – peu sujet à rivalité – de « *certifier aux consommateurs la qualité et l'authenticité des vins vaudois d'appellation d'origine* » (art. 2)¹⁹. Entendue littéralement, cette vocation laisse penser que le dispositif des AOC ne suffit pas à lui seul à apporter une telle garantie. Un règlement²⁰ fixe les conditions d'utilisation de la marque, qui portent exclusivement (outre sur les contributions financières) sur les aspects sensoriels, évalués par le biais d'une dégustation approfondie. Les ressources de l'association porteuse de la marque lui permettent d'assurer la promotion du label, en y associant des figures de la (haute) gastronomie de la région.

On ajoutera, pour conclure, que le principal acteur politico-administratif, en l'occurrence le service de l'agriculture, semble être entré dans une phase de transition contemporaine de la conduite de cette recherche. Alors que la dynamique antérieure reflétait une logique consistant à laisser une grande latitude d'action aux acteurs de la branche (qui se traduit, par exemple, par la

¹⁷ Loi sur la viticulture, du 21 novembre 1973. RSVd 916.125.

¹⁸ Statuts (du 1^{er} février 2006), art. 2.

¹⁹ Statuts de l'Office de la marque de garantie des vins vaudois d'appellation d'origine Terravin. Version du 1^{er} mai 2014.

²⁰ Règlement de la marque de qualité des vins vaudois d'appellation d'origine contrôlée Terravin du 20 avril 2009.

liste exceptionnellement longue des cépages admis pour l'AOC)²¹, la nouvelle direction du service affirme vouloir introduire plus de dynamique qualitative dans la filière et apporte, notamment, un soutien informel et discret aux initiatives locales allant dans ce sens²². Une réforme de l'organisation du service en janvier 2016, qui valorise la place de la viticulture, exprime en partie cette évolution.

7.3 LA LOGIQUE DES APPELLATIONS D'ORIGINE DEPUIS 1985

Les dispositions cantonales du régime des AOC plongent leurs racines dans une logique de droit d'assemblage institutionnalisée sur le plan cantonal en 1985, mais déjà en vigueur depuis la fin des années 1940 pour certaines appellations (Archives cantonales vaudoises, 2009). Nous exposons ici les principes de définition des AOC vaudoises tels qu'ils ont été fixés durant les années 1980. Dans un vignoble très largement dominé par un seul cépage, le chasselas, les multiples appellations constituent le principal outil de différenciation. Or, les rivalités mises au jour dans les études de cas renvoient toutes à la redéfinition, en 2009, des règles d'appartenance et d'exploitation/d'entretien de la ressource, concrétisées dans la mécanique institutionnelle fine des droits d'assemblage.

7.3.1 Différenciation et assemblages

Avec le règlement de 1985²³, la logique de différenciation des appellations d'origine vaudoises se décline désormais en trois niveaux concentriques d'aires de production. Celles-ci vont du régional au local, au sein du canton: la région viticole, le lieu de production et la commune viticole. Si les appellations d'origine sont ainsi définies depuis 1985, c'est en 1995 – dans le sillage de l'arrêté fédéral de 1992 – qu'elles sont complétées par l'adjectif «contrôlée». Le règlement qui institue les AOC dans le régime vaudois²⁴ les associe aux aires géographiques définies dans le règlement de 1985, à savoir les régions viticoles et les lieux de production. Les critères de qualité correspondants (seuil de sucre naturel et plafond de rendement) sont fixés dans deux règlements distincts de 1993²⁵.

²¹ Une soixantaine; règlement sur les vins vaudois du 27 mai 2009. RSVD 916.125.2

²² Entretien avec le chef de service, 10 juillet 2014.

²³ Règlement sur les appellations d'origine des vins vaudois (RAOVV) du 19 juin 1985, RS 916.125.4. Abrogé le 31 mai 2009. Sauf indication contraire, toutes les références suivantes à des articles correspondent à ce règlement.

²⁴ Règlement sur les appellations d'origine contrôlées des vins vaudois (RAOCVV), du 28 juin 1995. RS VD 916.125.2.

²⁵ Règlement sur la qualité des vins vaudois (RQVV) du 26 mars 1993. RSVD 916.125.3 et règlement sur la limitation de la production et le contrôle officiel de la vendange (RLPV) du 16 juillet 1993. RSVD 916.125.1.

7.3.2 Région viticole

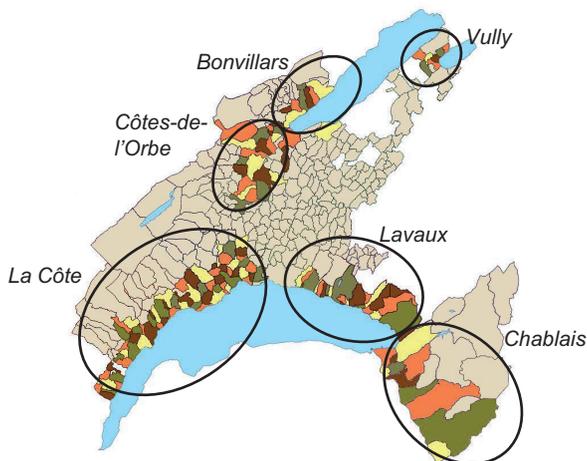
Les critères définissant l'appellation d'une région viticole sont, d'une part, «*l'homogénéité d'encépagement*» (quoi que cela veuille dire exactement) des vignobles de plusieurs communes et, d'autre part, le fait que les vins produits «*présentent des caractères organoleptiques analogues*» (RAOVV, art. 1). Cette définition très large (voire particulièrement brute, surtout en termes de valeurs sensorielles) conduit à distinguer six régions viticoles au sein du vignoble vaudois (art. 2) : le Chablais, le Lavaux, La Côte, les Côtes-de-l'Orbe, Bonvillars et le Vully. Le vin issu de raisin récolté sur le territoire de l'une de ces régions est autorisé à porter son appellation.

7.3.3 Lieu de production

Les régions viticoles sont elles-mêmes subdivisées en lieux de production, couvrant une ou plusieurs communes. Leur définition est plus restrictive et requiert notamment que les sols soient de même nature géologique. Sont également inclus les vins ayant acquis de longue date l'une de ces appellations (de commune ou lieux-dits de celles-ci) selon des «*usages locaux, loyaux et constants*» (art. 4).

Le lieu de production constitue le niveau central (le cœur) de la logique «à la française» des appellations, que l'on retrouve dans la formule des usages locaux, loyaux et constants – propre aux AOC françaises – et qui renvoie à la dimension historique (politique, sociale et économique) des

Figure 12 Les régions viticoles et les lieux de production de 1985



Source: Les communes viticoles au sein des six régions viticoles.
Tiré de la présentation de la conférence de presse du département
de l'économie, 24 mars 2009.

appellations, au-delà des critères uniquement géographiques/pédologiques et du lien à un ou à des cépages par exemple. C'est à ce niveau que se déploie la logique subtile des règles d'assemblage vaudoises. Cette logique se révèle beaucoup plus complexe que la définition lapidaire de l'appellation de lieu de production indiquant que « *le vin récolté sur le territoire d'un lieu de production a droit à l'appellation de ce lieu* » pourrait le laisser penser à première vue (RAOVV, art. 5).

De fait – et contrairement à la définition qui précède – le système d'appellation vaudois se caractérise par des exigences souples quant à la provenance du raisin, aboutissant à ce qu'un vin puisse être autorisé à porter l'appellation d'un lieu de production même si moins de la moitié du raisin utilisé en provient effectivement. Il s'agit de la règle communément qualifiée de « 49-51 ».

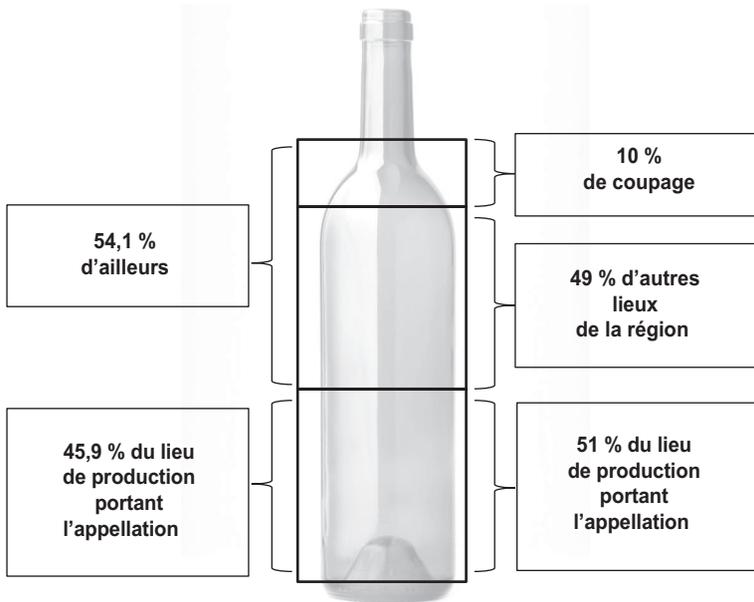
7.3.4 La règle d'or du 49-51

Le principe du 49-51 s'applique avec des nuances spécifiques à chaque région viticole, mais la même logique demeure: elle donne le droit d'usage d'une appellation si 51 % au moins du raisin provient de ce lieu de production, les 49 % restants pouvant provenir des autres lieux de production de la région. En clair, elle permet de valoriser le raisin issu d'appellations moins « porteuses » en lui ajoutant du raisin provenant d'appellations qui disposent d'une plus forte notoriété et rapportent davantage, et en accroissant ainsi l'offre de ces dernières (effet multiplicateur). Or, ces deux pourcentages (49-51) ne tiennent pas compte des droits de coupage, soit 15 % selon l'ordonnance sur les denrées alimentaires²⁶ (art. 337, al. 6 ODA). Le règlement sur les appellations d'origine contrôlées des vins vaudois de 1995²⁷ ramène ce pourcentage à 10 % pour les vins blancs AOC, avec du vin AOC issus du canton (art. 15, al. 2 RAOCVV). La règle du 49-51 porte par conséquent sur 90 % du contenu de la bouteille. L'usage d'une appellation (de lieu de production) est dès lors possible dès qu'au moins (ou, dit autrement: *même si seulement*) 45,9 % du vin contenu dans la bouteille en provient effectivement. Lorsqu'un lieu de production couvre plusieurs communes, la règle du 49-51 s'applique, par analogie, à l'usage d'un nom de commune en tant qu'appellation.

²⁶ Ordonnance sur le commerce des denrées alimentaires et de divers objets usuels, du 26 mai 1936. État après modifications du 13 août 1980. RO 1980 1155. En 2008, la proportion de coupage autorisée a été ramenée à 10 %.

²⁷ Règlement sur les appellations d'origine contrôlées des vins vaudois (RAOCVV), du 28 juin 1995. RS VD 916.125.2 (Abrogé le 31 mai 2009).

Figure 13 La règle du 49-51 de 1985



Source : Adapté de la présentation de la conférence de presse du département de l'économie, du 24 mars 2009. Les pourcentages totaux (à gauche de la bouteille) sont précisés par les soins de l'auteur. Les proportions tiennent compte de la restriction de coupage à 10 % depuis 1995.

7.3.5 Les variations régionales

Si la règle du minimum de 51 % de raisin provenant du lieu de production de l'appellation est d'application générale, certaines régions sont plus (ou moins, selon la perspective) restrictives quant à la provenance exacte des 49 % d'assemblage. Trois exemples parmi les six régions permettent d'illustrer l'ingénierie institutionnelle fine qui s'est fixée dans la réglementation cantonale pour distribuer les droits d'usages des appellations les plus porteuses (réputées) dans chaque région viticole.

- 1) **La région viticole du Chablais** compte cinq appellations²⁸ de lieu de production. Le vin provenant majoritairement (mais hors droit de coupage toutefois, comme ne le précise pas le règlement) d'un de ces lieux a droit à son appellation, le reste (les 49 %) pouvant provenir de l'une ou de plusieurs des quatre autres. Cependant, les vins issus d'un tel assemblage ne peuvent pas être commercialisés en bouteilles de 7 dl (soit la contenance traditionnelle des vigneron-encaveurs

²⁸ Villeneuve, Yverne, Aigle, Ollon, Bex.

suisses, qui correspond également au «demi-pot» traditionnel vaudois) ou demi-bouteilles (art. 7, al. 2). Cette restriction implique que les vins vendus dans les contenants distinctifs traditionnels/historiques n'ont droit à l'appellation que s'ils proviennent en totalité (hors droit de coupage) du lieu de production indiqué. La souplesse des règles d'assemblage est réservée, pour cette région, au vin en vrac et vendu en litre, c'est-à-dire essentiellement destiné à être bu comme «vin ouvert» en Horeca. Il s'agit clairement d'une disposition qui vise une différenciation qualitative pour les vins en bouteille (de 7 dl) des appellations de la région, fondée sur une restriction d'usage des infrastructures.

- 2) **La région viticole de Lavaux** compte six lieux de production qui donnent droit à sept appellations²⁹ sans compter les deux appellations de cru, Dézaley et Calamin (discutées plus loin). Dans cette région, plusieurs restrictions au 49-51 sont prévues. Premièrement (art. 9), seules quatre des sept appellations peuvent bénéficier de la règle, les trois appellations périphériques de la région (Montreux ou Vevey à l'est et Lutry à l'ouest) en sont exclues (elles peuvent contribuer à l'assemblage, mais seulement dans sa part minoritaire, voir *infra*). Cette première restriction indique que ces trois appellations bénéficient d'une moins bonne réputation que les quatre autres. Deuxièmement (art. 10, al. 1), le jeu des assemblages lui-même est toutefois restreint pour les trois appellations les moins porteuses: les quatre appellations de lieu ainsi que les vins portant une appellation de commune issue de la région du Lavaux ne peuvent recourir qu'à un maximum de 30 % (et non 49 %) de raisins provenant de Lutry ou de Vevey/Montreux. Troisièmement enfin (art. 10, al. 2), les vins issus d'un tel assemblage ne peuvent pas être vendus en bouteille de 7 dl ou en demi-bouteille. Cette combinaison de restriction au sein du Lavaux mène à une différenciation qualitative en fonction des contenants, comme dans le Chablais. De plus, elle discrimine également les «bonnes» des «moins bonnes» appellations, en équilibrant l'aspect commercial (valoriser un maximum de raisin de la région sous une appellation porteuse) avec une exigence qualitative: la différence de qualité du raisin issu des trois appellations périphériques est trop importante pour que celui-ci représente plus de 30 % de l'assemblage s'il est destiné à une appellation porteuse.

²⁹ En partant de l'ouest: Lutry, Villette, Epesses, Saint-Saphorin, Chardonne, Vevey, Montreux.

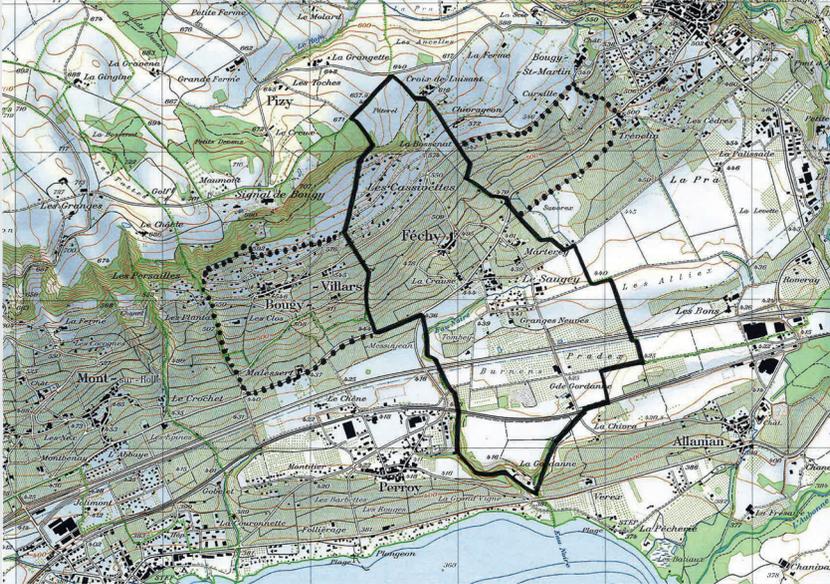
3) **La région de La Côte**, la plus importante du canton en volume produit, est également celle qui compte le plus grand nombre d'appellations. Sur les douze appellations de lieu de production, chacune adossée aux (parties de) territoires de plusieurs communes, seules dix peuvent bénéficier et participer au jeu du 49-51 (art. 12). Comme dans le cas de Lavaux, cette restriction définit *de facto* les dix appellations les plus porteuses économiquement. Ici toutefois, l'exclusion du jeu des assemblages est totale pour les deux appellations les « moins bonnes » ; le raisin qui en provient ne peut pas entrer (hors droit de coupage) dans la composition d'un vin portant une des dix appellations les plus porteuses. Ces dernières se définissent parfois comme le « cœur de La Côte », dans la mesure où les deux exclues sont celles qui se trouvent à la périphérie de la région (Morges à l'est, Nyon à l'ouest) et qui s'appuient sur des terroirs moins réputés. La restriction qualitative est donc plus sévère que dans le cas de Lavaux (qui permet 30 % d'assemblage) vis-à-vis des lieux de production les moins prestigieux, mais La Côte n'opère pas de différenciation s'agissant de la contenance des bouteilles.

Les exemples apportés par ces trois principales régions de production doivent être complétés par les règles d'usage d'un nom de commune comme appellation, qui complexifient le tableau des possibilités d'assemblage. Ainsi, le vin récolté sur le territoire d'une commune a droit à son appellation ; la règle du 49-51 s'applique ici aussi : le droit à l'appellation est accordé si au moins 51 % du vin provient de la commune et que les 49 % restants proviennent du territoire du lieu de production (art. 16, al. 1-2).

Enfin, le RAOVV définit aussi (art. 17-23) les conditions d'usage d'une appellation de cru. Celles-ci, plus restrictives en termes d'origine du raisin, permettent une différenciation supplémentaire de la ressource : leur périmètre est réduit et les conditions d'accès plus exigeantes. Il s'agit des appellations de Clos, Château, Abbaye, Domaine, d'appellation cadastrale ou encore de lieu-dit. Les vins porteurs de telles appellations ne peuvent pas bénéficier de la règle du 49-51, *i. e.* ils ne peuvent pas être assemblés avec d'autres vins (sauf droit de coupage).

Encadré 8. L'aire de l'appellation Féchy

L'appellation Féchy (art. 11, al. 1, let. 5, RAOVV de 1985) correspond au lieu de production qui inclut les communes de Féchy, Bougy-Villars, ainsi que le territoire de la commune de Perroy sis au nord de la route de l'Etraz, limité à l'ouest par le ruisseau de la Gaillarde prolongé par la route cantonale de Bougy; commune d'Aubonne, le vignoble des « Curzilles » à l'ouest du ruisseau du Trévelin et au nord de la route du Chamberet.

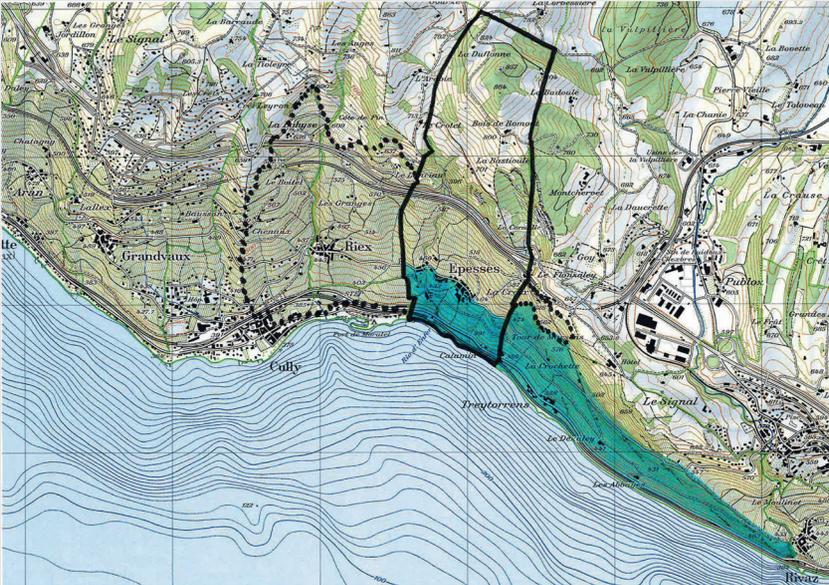


Délimitation approximative par les soins de l'auteur. Le trait plein indique la limite de la commune de Féchy, les pointillés les zones de vignobles issues du territoire des communes d'Aubonne (à l'est) et de Bougy-Villars et Perroy (à l'ouest). Échelle 1/25 000. Reproduit avec l'autorisation de swisstopo (BA17096).

Le Lavaux comporte deux appellations de cru supplémentaires qui lui sont propres et qui sont les plus prestigieuses du canton : le Calamin et le Dézaley. La carte d'Epesses présentée ci-après illustre les aires concernées.

Encadré 9. L'aire du lieu de production de l'appellation Epesses et des crus Dézaley et Calamin

L'appellation Epesses (art. 8, al. 1, let. 3, RAOVV 1985) correspond au lieu de production qui inclut les communes d'Epesses, Riex, Cully (à l'est du chemin de Chenaux) et Puidoux (hormis la zone délimitée « Dézaley ») et les vignes de Puidoux faisant partie de l'appellation Saint-Saphorin).



Délimitation approximative par les soins de l'auteur. Le trait plein indique la limite de la commune d'Epesses, les pointillés les zones de vignobles issues du territoire des communes de Puidoux (à l'est) et de Riex et Cully (à l'ouest). Le vignoble est situé en quasi-totalité au sud de l'autoroute. La zone foncée qui couvre la partie sud de la commune d'Epesses délimite l'aire du Calamin; celle à l'est de la commune d'Epesses (commune de Puidoux) correspond à celle du Dézaley. Échelle 1/25 000. Reproduit avec l'autorisation de swisstopo (BA17096).

7.4 SYNTHÈSE INTERMÉDIAIRE

La logique des appellations vaudoises se fonde sur un outil multiplicateur, qui permet d'accroître le volume, et donc la valeur ajoutée, des appellations les plus porteuses économiquement. Le droit d'usage de certaines appellations et le bénéfice des valeurs qui en découlent sont par conséquent accordés de façon relativement large à des usagers qui ne sont pas propriétaires des infrastructures. L'exclusion de l'accès aux appellations est fixée au seuil le plus bas possible, ce qui permet de stabiliser les rivalités entre les usagers des différentes appellations. Toutefois, on observe des combinaisons plus fines relatives à

l'usage des constituants dans chacune des régions viticoles: 30% et non 49% d'assemblage ici, exclusion des zones périphérique là, vente au litre uniquement, etc. Ces mesures complémentaires reflètent clairement une stabilisation des rivalités pour l'obtention de valeurs symboliques (vin typique, réputation de l'appellation, contenant distinctif) et sensorielles (expression du terroir), tout en ménageant un équilibre satisfaisant (du point de vue des acteurs) dans la distribution des valeurs monétaires, en n'excluant qu'exceptionnellement certains lieux du jeu multiplicateur – et rémunérateur – des assemblages.

Encadré 10. Critères qualitatifs différenciés en fonction du potentiel commercial

Un détail issu des modalités de paiement de la vendange en 1985 illustre bien comment le potentiel commercial d'une appellation est intégré dans les critères qualitatifs, c'est-à-dire dans les règles d'exploitation et d'entretien de la ressource (DR2).

Les raisins qui sont en dessous du degré (°Oe) moyen déterminant sont pénalisés par une déduction exprimée en pourcentage du prix de base du kilo. En l'occurrence, cette déduction est seulement de 1,5% par degré manquant pour les raisins de Féchy, alors qu'elle est de 3,5% pour Morges. Elle est même de 4,25% par degré pour les Côtes de l'Orbe. Dit autrement, les raisins de moins bonne qualité (celle-ci entendue au sens étroit du sondage en Oe) sont moins pénalisés s'ils sont issus d'une appellation qui se vend bien. Un vigneron vaudois (élu conseiller fédéral trente ans plus tard) critique alors vertement cette asymétrie et propose de renommer le «*paiement de la vendange selon la qualité*» en «*paiement de la vendange en fonction des possibilités de commercialisation*»³⁰.

Cette recherche d'un effet multiplicateur, ancrée dans la réglementation des AOC depuis trente ans, révèle le rôle joué par la poursuite de valeurs économiques dans la conception du dispositif. Si la préoccupation de garantir la qualité et l'authenticité (l'incantation d'authenticité semble quelque peu hardie si l'on considère la règle du 49-51), placée au cœur des objectifs de la marque Terravin, forme la superstructure du dispositif, son infrastructure s'appuie en revanche sur des préoccupations commerciales: il s'agit de garantir les volumes les plus importants possible aux appellations les plus porteuses. Comme le résume un vigneron-encaveur du Lavaux, «*L'AOC, c'est pour sauver tout le monde*».

La réforme de la politique agricole 2006-2011 va cependant amener les acteurs de la branche et les autorités cantonales à redéfinir ces paramètres.

³⁰ Journal Vinicole Suisse, n° 5, 5 mars 1986, p. 70

7.5 LA RÉFORME DES AOC VAUDOISE DE 2009

Dans les études de cas, la temporalité des jeux d'acteurs s'ancre autour de la réforme des règles d'assemblage des appellations vaudoises, notamment les principales modifications des droits d'usage du nom d'une appellation apportée par la réforme des AOC vaudoises en 2009.

7.5.1 Extension du périmètre de l'AOC vers le haut

Cette modification de la réglementation cantonale découle directement de la politique agricole fédérale pour la période 2006-2011 et de l'harmonisation de la définition des AOC avec les dispositions européennes (voir chapitre précédent). Nous avons montré comment le dispositif cantonal, avec la logique du 49-51, permet, en pratique, à une appellation d'utiliser pour plus de 50 % du raisin ne provenant pas de l'aire de l'appellation. Or, l'ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques³¹ n'autorise, depuis 2008, que 10 % de coupage avec du moût/raisin/vin ne provenant pas de l'aire géographique de l'AOC.

Les autorités cantonales et la branche vitivinicole font alors face à une alternative pour se mettre en conformité avec l'ordonnance fédérale. La première option consiste à maintenir inchangés les périmètres des appellations en resserrant les droits d'assemblage incriminés, de façon à ce que 90 % du vin provienne de l'appellation. Cela implique de mettre fin à un système que certains vigneronns – qui en bénéficient – qualifient sans fard de « pompe à argent » et qui permet d'écouler dans une appellation ayant bonne réputation du raisin issu de terroirs moins favorables. L'autre option consiste à l'inverse à déplacer le périmètre de l'AOC de telle sorte qu'elle couvre également les aires de production du raisin qui entrent dans la composition du vin de l'appellation. C'est cette seconde option qui est retenue lors de la réforme vaudoise de 2009 : les 149 appellations de commune ou de lieux de production (qui correspondent à l'échelon le plus local) perdent le label AOC au profit d'aires d'appellations plus larges, c'est-à-dire les régions de production et le canton (*i. e.* l'« AOC Vaud »).

Ce « glissement » de l'AOC vers un périmètre géographique plus large représente une redéfinition majeure des droits d'accès et d'usage des appellations, et donc une réactivation et une reconfiguration de certaines rivalités.

7.5.2 Une différenciation pyramidale

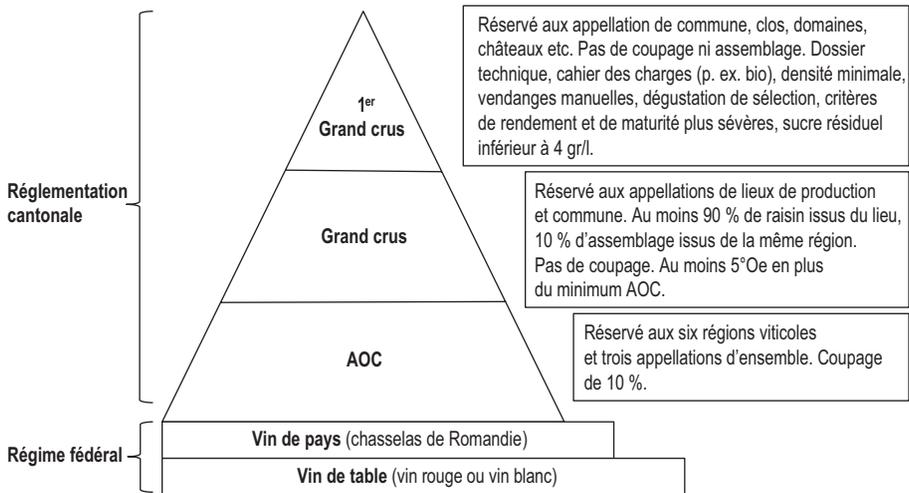
Concrètement, le règlement sur les vins vaudois (RVV) de 2009³² remplace (en partie) la logique de différenciation préexistante. Jusqu'alors, l'AOC pouvait

³¹ Art. 13, al. 3 de l'Ordonnance du DFI sur les boissons alcooliques du 23 novembre 2005 (État le 1^{er} janvier 2011). RS 817.022.110.

³² Règlement sur les vins vaudois du 27 mai 2009 (État au 1^{er} juin 2009). RSVD 916.125.2

être attribué à 149 appellations de lieux de production ou de communes, six appellations de régions et trois appellations d'ensemble (dont l'«AOC Vaud»)³³. La réforme de 2009 maintient l'AOC pour les six appellations de région et pour les trois appellations d'ensemble, mais en prive les lieux de production et communes, qui deviennent de simples « mentions » (art. 6 RVV) et qui perdent ainsi les valeurs symboliques associées à l'usage de ce label pour se différencier. Parallèlement une « échelle de la qualité des vins » est instaurée, de forme (théoriquement) pyramidale.

Figure 14 La pyramide de qualité des vins vaudois dès 2009



Source: adaptée de la présentation de la conférence de presse du département de l'économie, 24 mars 2009.

La principale modification de la réforme consiste en un double mouvement. Le premier est celui de l'abandon du statut d'appellation d'origine contrôlée (et donc du label AOC correspondant) pour les lieux de production, qui étaient pourtant jusqu'alors les principaux vecteurs de notoriété des vins vaudois (M.I.S Trend, 2008). Cette mesure satisfait en soi aux exigences fédérales (pas plus de 10 % de coupage extérieur à l'AOC concerné). Elle est pourtant assortie simultanément d'un amendement à la règle du 49-51 qui devient certes légèrement plus restrictive, à savoir 40-60, mais maintient ce faisant l'effet multiplicateur des droits d'assemblage. Désormais, la mention du lieu de production est autorisée pour les vins AOC dont 60 % au moins du raisin proviennent du lieu de production, les 40 % d'assemblage devant provenir

³³ Les deux autres, «Dorin» et «Salvagnin», sont des appellations dites traditionnelles, qui correspondent respectivement à des vins issus de chasselas pour la première et de cépages rouges pour la seconde.

d'un autre lieu de production situé dans la même région viticole (art. 6 du règlement sur les vins vaudois de 2009). En outre, les zones périphériques de chaque région ne sont désormais plus l'objet de restrictions concernant les droits d'assemblage avec les appellations porteuses. La logique qui a conduit à ce double mouvement révèle ainsi clairement la recherche (et le maintien) de valeurs économiques: conserver un effet multiplicateur favorable au volume et donc aux parts de marché des appellations les plus « rentables ».

Alors que les règles d'assemblage portent essentiellement sur l'usage possible des infrastructures qui entrent dans la formation des ressources correspondantes (appellations), la perte de l'AOC pour les appellations de lieux a une autre conséquence en termes de dispositions de réception des consommateurs: elle prive les appellations de lieux de production d'un travail collectif de promotion, assuré par l'OVV. De fait, ce dernier concentre sa promotion sur les AOC, Grand cru et 1^{er} Grand cru, mais non sur les lieux de production³⁴.

Les valeurs économiques sont ainsi entrées en rivalité frontale avec certaines valeurs symboliques durant la phase d'élaboration du nouveau règlement. Le jeu d'acteurs ayant conduit à la stabilisation de ces rivalités (par le double mouvement évoqué ici) est expliqué dans la première étude de cas.

Enfin, deux nouveaux labels de différenciation supérieurs à l'AOC sont institués. Le « Grand cru » constitue un support de différenciation en forme de compensation – assortie de critères qualitatifs supplémentaires – pour les lieux de production qui ont perdu l'AOC. Enfin, les « 1^{ers} Grands crus », dont les conditions d'obtention du label sont les plus exigeantes, sont censés exprimer au mieux les finesses du terroir vaudois sur des domaines délimités (clos, châteaux, etc.) et correspondre aux valeurs symboliques des vins d'exception. Pour une présentation générale du processus de la réforme, le lecteur peut se référer à Monachon (2011).

Encadré 11. La marque « Clos, domaines et châteaux »

En 2004, à l'initiative du principal groupe de négoce de vin du canton, est créée l'association « Clos, domaines & châteaux » (CD&C), qui compte une vingtaine de membres fondateurs, dont trois négociants issus exclusivement du groupe de négoce³⁵. L'idée consiste à valoriser le « patrimoine vitivinicole » des domaines du groupe avec des arguments qualitatifs et à renforcer la différenciation de ces vins en permettant une mise en commun de ressources financières pour leur promotion³⁶. L'association a pour but la promotion de la marque à laquelle elle a

³⁴ <http://www.ovv.ch/aoc>.

³⁵ <http://www.c-d-c.ch/fr/association/historique-0-11>.

³⁶ Entretien avec le président de l'association.

donné son nom³⁷. Pour y parvenir, l'association s'appuie sur une charte et un règlement qui fixent une série de principes viticoles (rendements inférieurs à l'AOC et production intégrée³⁸ notamment) et œnologiques, accordant le droit d'usage de la marque uniquement aux membres de l'association qui sont également signataires de la charte. C'est l'assemblée générale qui décide de l'admission des nouveaux membres. Le label qui sert à la différenciation de ces vins, destinés à être des « *vins de garde haut de gamme [...] favorisant l'expression du terroir* » (art. 13 du règlement CD&C) est une marque privée déposée³⁹ et prend la forme d'une banderole rouge apposée sur le col de la bouteille. Outre les cotisations des membres, les ressources pour les activités de promotion sont assurées par une contribution de 20 cts par bouteille écoulée sous le label.

Cette structure s'articule directement avec les dispositions de la réglementation cantonale, dans la mesure où seuls peuvent prétendre au label les vins qui satisfont aux exigences cantonales pour l'utilisation d'appellations (dites alors « de cru » dans le RAOVV de 1985) telles que clos, domaine, abbaye et châteaux. Elle forme un outil de différenciation qui combine créativement les logiques d'une marque (avec des droits d'accès et d'usage sous le contrôle exclusif de son propriétaire) et des appellations, de cru en l'occurrence.

Avec la réforme de 2009, cette articulation originale se renforce. En effet, le sommet de la pyramide des vins vaudois, le 1^{er} Grand cru, correspond largement par ses exigences aux prescriptions de la marque CD&C : non seulement parce que cette dénomination est réservée à ces appellations de cru, mais également par ses exigences viticoles ou de procédure d'enregistrement et d'agrément (contrôles, dégustation etc.). De nombreux acteurs interrogés soulignent que l'idée même du 1^{er} Grand cru, dans le processus de la réforme de 2009, émanait précisément des entreprises de négoce membre de CD&C et qu'en définissant ainsi le sommet de la pyramide, l'accès à ce segment est facilité pour les membres de l'association CD&C, qui bénéficient d'une combinaison habile des mentions valorisantes et de la promotion collective (cantonale) faite pour ce segment. De fait, dès le premier millésime concerné, les vins labellisés CD&C sont relativement nombreux parmi les 1^{er} Grands crus vaudois.

³⁷ Statuts de l'Association « Clos, Domaines & Châteaux » adoptés le 14 janvier 2004 à Rolle. Version du 16 juin 2009.

³⁸ Qui correspond à des critères de production pour une agriculture et en l'occurrence une viticulture durables, ouvrant notamment le droit aux paiements directs (subventions) prévus par la politique agricole. L'organisme VITISWISS (Fédération suisse pour le développement d'une vitiviniculture durable) certifie les domaines qui s'engagent dans une telle démarche.

³⁹ N° swissreg : P-526226, déposée le 26 février 2004. Propriété du groupe de négoce en question.

7.5.3 Synthèse intermédiaire

Même présentée brièvement, la réforme de la réglementation vaudoise des AOC révèle la prégnance d'une logique d'extension la plus large possible des droits d'usage de la valeur économique fournie par les appellations vitivinicoles, dans un contexte où les contraintes du régime fédéral sont renforcées dans le sens de droits d'usage plus exclusifs (maximum de 10% de coupage). Le cas de la marque «Clos, domaines et châteaux» et de son «osmose» avec les exigences du 1^{er} Grand cru illustre de façon limpide comment des droits d'usage particulièrement exclusifs peuvent être institués, à l'initiative et à la faveur de certains acteurs, du négoce en l'occurrence, créant ainsi une forme de différenciation alternative (pour ne pas dire concurrente) à celle des «simples» appellations de lieu de production. En outre, la «résurrection» (pour ne pas dire le retour au galop) du mécanisme multiplicateur dans la réglementation de 2009 correspond à une forme de contournement sinon de la lettre en tout cas de l'esprit de la réglementation fédérale des AOC et, notamment, du plafond des droits de coupage. Elle permet d'assouplir le mécanisme d'exclusion de l'appellation en maintenant une certaine solidarité au sein de la filière cantonale. Alors que le régime fédéral implique dès 2008 de fixer des périmètres de ressource plus exclusifs, la créativité des acteurs vaudois permet d'instaurer une sorte de zone tampon autour des lieux de production qui modère l'exclusivité des règles d'appartenance à la ressource et ses conditions d'exploitation et d'entretien.

Prenant connaissance de ce qui précède, le lecteur (comme le chercheur avant lui) pourra se demander si la littérature mobilisée pour élaborer le cadre conceptuel, notamment celle consacrée aux dynamiques patrimoniales (Boisseaux *et al*, 2012; Peyrache-Gadeau & Pecqueur, 2004) ou à la pluralité de valeurs associées aux AOC (Barham, 2002; Bowen, 2011; Guthman, 2007), est pertinente pour aborder la réponse de la viticulture du canton aux dynamiques de l'extension du marché et de la différenciation par les AOC, tant les enjeux économiques semblent dominer la logique des appellations vaudoises.

Ce serait faire fausse route, cependant, que de s'en tenir au résultat de la réforme et du règlement de 2009 et à la persistance d'un généreux «multiplicateur de ressource» pour apprécier la présence et le rôle joué par une diversité de valeurs. Les jeux d'acteurs – mobilisés pour une appellation en particulier ou dans le processus de réforme en général – sont très clairement animés par la poursuite de valeurs symboliques et parfois sensorielles. À tout le moins, celles-ci occupent un rôle décisif dans les stratégies et la créativité institutionnelle dont témoignent les acteurs-usagers des appellations vaudoises.

CHAPITRE 8

ÉTUDE DE CAS I - L'APPELLATION FÉCHY

8.1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

La temporalité de cette étude de cas est particulièrement brève (environ un an) et correspond pour l'essentiel à la période d'élaboration de la réforme du régime vaudois des appellations de vin, qui s'étend du printemps 2008 à l'été 2009.

L'appellation de Féchy, qui englobe environ 180 ha de vignobles au cœur de la région de La Côte, jouit d'une notoriété importante pour la qualité de son terroir sur l'ensemble du marché suisse (M.I.S Trend, 2008). Certains producteurs locaux indiquent que ce succès remonte aux années 1930, lorsqu'ont été fidélisés les premiers consommateurs suisses-alsaciens, dont les petits-enfants sont parfois encore clients de la cave préférée de leurs aïeux. Les vignes sont composées presque exclusivement de cépage chasselas (98 % en 2012)¹ et l'appellation est un moteur du système d'assemblage «49-51» réglementé depuis 1985 (voir chapitre précédent). L'importance du jeu des assemblages pour et dans la région de La Côte se traduit – en plus de l'implantation des grandes entreprises de négoce et de la principale coopérative du canton – par la présence relativement importante d'entreprises de négoce de petite taille, de dimension familiale, sur l'appellation de Féchy: si dans d'autres régions (et configurations) en Suisse de telles entreprises seraient restées au statut de vigneron-encaveur, ici les incitations à acheter du raisin² pour bénéficier du jeu des assemblages semblent particulièrement fortes. Le différentiel de prix en faveur du raisin de Féchy par rapport aux autres appellations de la région est de l'ordre de 50 %, ce qui se répercute dans la valeur foncière des parcelles viticoles. La majorité du vignoble est en coteaux,

¹ Office cantonal de la viticulture et de la promotion, 2012.

² En quantité supérieure à 2 000 litres par an, ce qui implique de passer dans le statut de négociant selon l'ordonnance sur le vin de 2007.

et 78 ha situés au cœur de l'appellation sont inscrits comme site paysager protégé depuis 1971³.

La première mouture du projet de réforme de la réglementation cantonale, qui « fuit » et se retrouve entre les mains de vigneron locaux au printemps 2008, prévoit deux mesures qui vont provoquer la mobilisation des acteurs et conduire à l'ARL de cette appellation. Pour la région de La Côte, la première mesure prévoit de faire passer le nombre d'appellations de 10 à 4, en agrandissant celles qui sont les plus porteuses économiquement. La seconde vise, en conséquence, à agrandir la surface de l'aire donnant droit à l'appellation Féchy de 178 ha à 368 ha, afin de combler la perte de 1,8 million de litres de vin qui n'auront plus droit à l'appellation si la règle du 49-51 est abandonnée. Des mesures similaires sont prévues pour les autres régions viticoles.

8.2 ACTEURS ET RIVALITÉS

L'enjeu central de la mobilisation des acteurs dans la construction (ou plus exactement le maintien) de la ressource porte sur l'articulation entre les infrastructures (c'est-à-dire quelles parcelles peuvent être incluses dans le périmètre de la ressource) et les dispositions de réception des consommateurs (qui sont déjà favorables à l'appellation et qu'il convient de maintenir). La combinaison avec les savoir-faire de production, en l'occurrence avec des éléments objectifs de connaissance du terroir, intervient dans un deuxième temps, pour construire l'argumentaire politique. Les principaux acteurs sont des vigneron et des propriétaires de parcelles de l'aire de Féchy (dont certains sont des négociants), emmenés par un vigneron qui vient d'acquérir des vignes à Féchy. Ils se mobilisent pour éviter la perte de leur exclusivité foncière et la dévalorisation relative (par la réduction de leur rareté) que l'agrandissement de l'aire de production fait peser sur leurs parcelles de vignes.

En termes de valeurs, les rivalités portent essentiellement sur les droits d'accès et les conditions d'exploitation et d'entretien des valeurs symboliques produites par la ressource, en l'occurrence la réputation de l'appellation Féchy, qui constitue le pilier des valeurs économiques qu'elle génère (valeur du raisin, chiffre d'affaires, valeur du foncier dans le périmètre de l'appellation). En outre, les valeurs associées à d'autres modalités de différenciation du vin telles que les appellations de crus (1^{er} Grand cru, pour les vins d'exception) et, *a fortiori*, les marques privées (« Clos, domaines & châteaux » ou autre) entrent en rivalité avec celle de la réputation de l'appellation Féchy dès lors qu'il s'agit de vins issus du périmètre de la ressource. En effet, la valeur que les vigneron poursuivent en produisant (et vendant) du raisin issu des parcelles de Féchy est avant tout

³ Inscrit à l'inventaire des paysages et site d'importance nationale (IFP) à l'initiative des vigneron locaux par l'arrêté (du Conseil d'État du canton de Vaud) du 26 novembre 1971 classant le vignoble de Féchy. R 1971, p. 371.

celle de la réputation de l'appellation et les flux de revenus qui y sont associés. Parmi les valeurs sensorielles qu'ils cherchent à maintenir, l'expression du terroir occupe une place importante dans le discours à l'attention du public et des responsables politiques. En revanche, les acteurs du négoce (grandes ou petites entreprises) sont surtout intéressés par les valeurs associées aux vins d'exception et à la réputation d'une marque (ou d'une appellation de cru), davantage qu'à celle de l'appellation.

Encadré 12. Excursus sur les marques

Un article du très libéral hebdomadaire *Bilan*⁴ s'appuie sur le succès de l'entreprise Badoux Vins pour défendre l'hypothèse selon laquelle l'avenir des vins Suisses réside dans les marques. Cet article est un excellent condensé à la fois des principaux enjeux discutés dans la littérature économique sur les marques et des débats concernant la relation entre les AOC et la production d'un produit industriel ou l'usage d'une marque (Jennar, 2007; Nossiter, 2007). L'auteur de l'article de *Bilan*⁵ explique ainsi qu'« *alors qu'un simple produit est fabriqué à la chaîne, la marque se veut unique [...]* ». Il poursuit en citant une professeure en hautes études commerciales, qui s'exprimait à l'occasion du 25^e anniversaire de l'Union suisse des œnologues: « *Une marque rassure le consommateur. C'est un gage de qualité constante. Il n'y a pas de marque forte sans produit phare. Mais il peut y avoir des produits sans marque [...]. La marque est un ordre construit dans les imaginaires. C'est un récit. Au final, les clients acceptent de payer plus cher pour cette marque-là* ».

Sont ensuite détaillées l'histoire et la stratégie associées au « Aigle les Murailles », un produit phare « *qui absorbe la quasi-totalité de [la] production de chasselas [de l'entreprise]* »: « *Créée à Aigle en 1908 par Henri Badoux, la maison Badoux Vins a réussi à imposer son chasselas partout avec son fameux vignoble les Murailles. Entre le format 70 centilitres et les petites bouteilles vendues à l'époque dans les wagons-restaurants, on peut même affirmer qu'il se vendait près d'un million de bouteilles dans les années 1960. Un record dans un pays pénalisé par la petite surface des domaines [...]. Pour ce vignoble [...] Henri Badoux a mandaté le célèbre peintre Frédéric Rouge qui a eu l'idée du lézard qui orne la bouteille depuis lors. Si le Clos des Murailles est devenu Aigle les Murailles au milieu des années 1950, le fameux lézard est resté* ». En effet, la dénomination de « clos » a été abandonnée au profit de l'appellation Aigle, plus permissive en termes de provenance du raisin: « *Aigle les Murailles a supprimé la référence au Clos, lequel fixe un périmètre très restrictif, afin de pouvoir suivre la demande et fournir des*

⁴ Du 15 octobre 2012.

⁵ L'ensemble des citations qui suivent dans cet encadré sont extraites de l'article en question.

quantités suffisantes». Et effet, un œnologue cité dans l'article indique que «*les terroirs sont parfois extensibles*». Un autre responsable de cave précise : «*Pour créer une marque, il faut disposer de 20 ha, alors que la moyenne des exploitations tourne plutôt autour de 4 ha [...]*».

Le président de l'entreprise précise quant à lui : «*Si nous devons un jour bénéficier d'une réputation mondiale, notre démarche serait plutôt d'enlever le mot Aigle pour ne garder que les Murailles*». Ces explications illustrent sans équivoque la rivalité qui oppose généralement, d'un côté, la recherche d'une différenciation fondée sur des valeurs (symboliques) de la réputation d'une marque et, de l'autre, une différenciation par des valeurs sensorielles découlant de l'expression du terroir, ce dernier devenant ici «extensible». En d'autres termes, le récit et l'imaginaire de la marque nécessitent une articulation rigoureuse des savoir-faire avec les dispositions de réception des consommateurs (marketing, larges canaux de distribution⁶, etc.), mais impliquent de maintenir un usage des infrastructures le plus permissif possible.

La position du groupe de négoce qui est à l'initiative de l'association (et de la marque correspondante) «Clos, domaines & châteaux» révèle clairement les valeurs symboliques que recherche un des acteurs dominants à l'heure de la réforme de 2009. Le directeur du groupe indique que la hiérarchie de différenciation des vins de l'entreprise s'appuie, en premier lieu, sur les domaines (valorisés par la marque CD&C et éventuellement sur le label 1^{er} Grand cru), puis sur les marques et en dernier lieu seulement sur les appellations :

«La stratégie c'est de mettre en avant tous nos domaines, c'est une propriété, donc elle va durer. Ensuite, c'est développer les marques, il faut maintenir les marques fortes, voire en créer des nouvelles [...] Enfin, ce sont les AOC et les lieux de production»⁷.

Défendant une position antagoniste, le meneur de la coalition de vigneron et de propriétaires fonciers de Féchy considère que sur des terroirs favorables comme ceux de Féchy, «*la valorisation, ça passe par le terroir. Si on veut avoir du succès, il faut d'abord que le vignoble (donc l'appellation) soit reconnu avant de mettre en avant des noms ou des marques*»⁸. Ce dernier vient d'acquérir 5 ha de vignes au cœur de l'appellation Féchy lorsqu'il apprend que l'agrandissement de l'aire géographique est prévu. C'est ce qui le décide à lancer la mobilisation locale.

⁶ Évoquant la marque de vins de pays française JP Chenet – dont le lecteur connaît sans aucun doute la bouteille un peu tordue qui imite un moulage artisanal –, le directeur d'un important négociant souligne que ce vin est proposé autant par les petits distributeurs que par la Coop et Denner, et que son succès tient à cette présence et à cette visibilité massive («les volumes appellent les volumes») et à un «marketing et packaging bien fait».

⁷ Entretien avec le directeur du groupe Schenk SA.

⁸ Entretien avec le vigneron meneur de Féchy.

Le projet de réforme défendu par le négoce (avec le soutien des courtiers et des représentants de l'État) vise à trouver une alternative permettant de maintenir l'effet multiplicateur du 49-51 et son intérêt commercial, tout en satisfaisant aux nouvelles prescriptions fédérales (voir chapitre précédent). Pour La Côte, l'idée consiste, d'une part, à se concentrer sur les quatre appellations les plus porteuses, dont Féchy est la plus importante, en élargissant leur périmètre et, d'autre part, à éliminer les six autres appellations de la région. Concrètement, il s'agirait de découper la région de La Côte en quatre bandes perpendiculaires au lac⁹ pour délimiter de nouvelles aires des appellations dont les dimensions et les capacités de production correspondraient aux volumes demandés sur le marché. Cette vision majoritaire bénéficie du soutien (relativement passif) des acteurs politico-administratifs (office cantonal de la viticulture), dans la continuité de l'autonomie qu'ils accordent à la branche¹⁰. Dans l'optique de ce projet de réforme, les valeurs sensorielles telles que l'expression du terroir n'ont qu'une importance mineure :

« On voulait faire des régions qui correspondaient aux volumes demandés par le marché pour remplacer les appellations fondées sur le 49-51, pour conserver les parts de marché et les notoriétés. On voulait donc agrandir les appellations. Mettre Perroy avec l'appellation Féchy. Pour finir, on a trouvé ce compromis du 60-40 à l'intérieur des appellations [...] »¹¹.

Pour la principale coopérative, c'est également la réputation de l'appellation qui est recherchée et qui motive le projet à quatre appellations, mais la vision diverge de celle des vigneron·ne·s de Féchy concernant le périmètre de la ressource :

« Dans le canton de Vaud, on a toujours vendu des appellations, on a jamais vendu du chasselas. On ne peut pas dire "j'aime pas le Morges", on dira "j'aime pas le Morges de untel", c'est difficile de ne pas aimer une région. Donc c'est porteur d'avoir une région avec une notoriété qui est bonne. Mais c'est difficile d'expliquer les nuances que le chasselas peut exprimer selon les sols. C'est difficile de voir des différences avec des chasselas, j'y arrive pas toujours. Par contre, avec les 1^{ers} Grands crus, etc., c'est beaucoup plus facile de faire la différence, facile à communiquer et à segmenter »¹².

⁹ Tableau associé à des documents datant de mars 2008 apparemment issus (« fuités ») du groupe de travail de la CIVV préparant le nouveau règlement. (La source écrite exacte est difficile à préciser, mais ce projet a été confirmé en entretien par le président de la CIVV.) Sur le document associé à ce tableau apparaît en bas de page le chemin d'accès – qui donne le nom et l'adresse du document telle qu'ils apparaissent dans le navigateur du système d'exploitation – qui indique : CIVV/GC/mars08). Archives des vigneron·ne·s de Féchy.

¹⁰ Entretien avec le chef de service de l'agriculture.

¹¹ Entretien avec un membre de la direction des Caves de La Côte.

¹² *Ibid.*

Les vigneron·ne·s et propriétaire·s de Féchy s'opposent cependant fondamentalement à l'agrandissement de l'appellation prévu par la réforme de 2009, qui menace le flux de valeur économique dont ils jouissent. Prévoyant que ce seul argument ne suffit toutefois pas à fonder la légitimité de leur opposition, les vigneron·ne·s opèrent un revirement stratégique et accordent une place centrale à la question du terroir dans leur contestation du projet de réforme : ils défendent la fin des assemblages. Ce choix stratégique a une double fonction. Premièrement, en défendant le 100 % Féchy (c'est-à-dire la fin totale des assemblages pour l'usage de l'appellation), ils affichent qu'ils ne se mobilisent pas uniquement pour des questions économiques et qu'ils sont prêts à perdre les avantages financiers du 49-51. Deuxièmement, ils anticipent des règles plus sévères pour les AOC viticoles, dont ils sont persuadés qu'elles évolueront à moyen terme vers le 100 %¹³, ce qui devrait alors leur permettre de «*recupérer l'AOC pour Féchy*»¹⁴.

Si la question du maintien des valeurs économiques est décisive pour mobiliser une résistance sectorielle, la défense des valeurs symboliques et sensorielles permet de construire l'alliance politique nécessaire :

« Je voyais d'un très mauvais œil l'agrandissement des AOC pour la valeur foncière du terrain, et pour le prix du vin, puisqu'on augmentait l'offre de Féchy, alors qu'avec les assemblages, c'est Féchy qui tire le prix vers le haut. Je venais de racheter des vignes (à Féchy). [...] C'est l'aspect financier et foncier, c'est ce qui a permis les alliances avec les collègues des autres appellations. [...] Mais Féchy, c'est aussi un terroir, un lieu unique, une identité, le but d'une AOC c'est de défendre un terroir. [...] Les politiques, le Conseil d'État, étaient sensibles au terroir. Je me suis limité au terroir [pour convaincre les politiques] et je me suis appuyé sur l'étude terroir, que personne n'a jamais lue¹⁵. [...] C'est marqué noir sur blanc que le terroir de Perroy¹⁶ ne correspond en rien à celui de Féchy. Je me suis pas fait des amis parmi les vigneron·ne·s de Perroy. »¹⁷

L'analyse de l'ARL de Féchy permet de comprendre de quelle façon ces quelques vigneron·ne·s sont parvenus à transformer l'ensemble du projet de réforme des appellations vaudoises afin de sécuriser leur accès aux valeurs produites par la ressource.

¹³ Les discussions en cours (mai 2016) au niveau fédéral dans le cadre d'un groupe de travail constitué des cantons viticoles se dirigent en effet vers une modification en profondeur (avec une «*décantonalisation*» et la fusion avec le régime des AOC non viticoles) du régime Suisse des AOC, dans le sens des règles européennes qui requièrent déjà le 100 % pour les AOC. Ce qui valide entièrement l'analyse faite par les vigneron·ne·s de Féchy en 2008.

¹⁴ Entretien avec le vigneron meneur de Féchy.

¹⁵ Voir l'Encadré 6 concernant l'étude des terroirs vaudois.

¹⁶ Qu'il était projeté d'intégrer dans le périmètre de l'appellation.

¹⁷ Entretien avec le vigneron meneur de Féchy.

8.3 L'ARL DE FÉCHY

L'ARL se construit rapidement et en plusieurs étapes. La première est celle de la mobilisation, qui se traduit par la création d'une association. Puis interviennent différentes étapes pour influencer la procédure de réforme telle qu'elle est prévue par les institutions cantonales et gagner le soutien d'une majorité d'acteurs en contournant la procédure de reformulation de la réglementation. Finalement, l'ARL de Féchy aboutit au maintien du périmètre initial de l'appellation et la création d'une structure et d'une dynamique locale qui s'engage sur une différenciation de la ressource axée sur des valeurs paysagères et symboliques, «bourguignonnes», c'est-à-dire en mettant l'accent sur les lieux-dits¹⁸ au sein même de l'appellation.

8.3.1 Création de l'association des propriétaires de vignes

Le premier élément constitutif de l'ARL de Féchy est l'association qui se forme à l'initiative d'un jeune vigneron qui vient d'acquérir 5 ha de vignes sur l'appellation, lorsqu'il apprend l'existence du projet d'agrandissement, par un document¹⁹ issu du groupe de travail de la CIVV au printemps 2008.

Concepteur de la stratégie, fondée notamment sur les travaux de recherche sur le terroir, ce premier vigneron sensibilise rapidement un ami qui a repris l'entreprise de négoce familiale, bien implantée dans la commune de Féchy. Complémentaire de l'initiateur de l'association, celui-ci prend en charge le travail plus offensif (prise de parole, etc.) en suivant les *inputs* stratégiques et de contenu apportés par le premier: «*Lui, c'est le cerveau et moi je vais au charbon*», souligne-t-il. Ensemble, ils constituent un groupe plus large, avec des acteurs déjà impliqués dans les structures promotionnelles locales et dans l'interprofession cantonale. L'un est caissier de l'association de promotion des vins de Féchy, qui organise notamment la Fête du raisin, la principale manifestation annuelle contribuant au lien social dans la commune et à la mise en valeur de son paysage viticole. Un autre a été président de l'interprofession des vins de La Côte (la section régionale de la CIVV). Ces acteurs, par leur réseau, apportent des ressources humaines décisives pour amorcer l'action collective et pour lancer l'accumulation de soutien politique (et corporatif).

Ce noyau d'acteurs décide alors de réunir les propriétaires fonciers de l'appellation pour s'opposer à la réforme. Ils obtiennent les adresses des 230 propriétaires auprès de l'Office cantonal de la viticulture. Alliée importante dès le début de l'action collective, la Municipalité de Féchy – qui est elle-même propriétaire de 2 ha de vignes sur l'appellation – adresse un courrier à l'ensemble

¹⁸ Qui correspondent à des «mentions cadastrales» associées à une ou plusieurs parcelles, selon l'art. 37 du Règlement sur les vins vaudois du 27 mai 2009. RSVd 916.125.2.

¹⁹ Tableau associé à des documents datant de mars 2008, apparemment issus («fuités») du groupe de travail de la CIVV préparant le nouveau règlement.

des propriétaires, dispersés en Suisse. Elle indique simplement: «*ayant été informés du projet du canton de modifier les aires d'appellations, nous souhaitons avoir une discussion avec vous à ce sujet et vous convoquons pour une séance d'information [...]*»²⁰.

Fin mai 2008, la séance d'information se tient et réunit 69 propriétaires²¹, représentant environ deux tiers des 186 ha de l'appellation. Les propriétaires y sont informés du projet de création d'une association dans le but de combattre à la fois l'abandon prévu du système du 49-51 et la perte de valeur foncière du terrain attendue du projet d'agrandissement de l'aire de Féchy.

Un des initiateurs souligne que le 49-51 est «*une pompe à argent*» permettant à certains producteurs de Féchy, depuis les années 1960, de recevoir un bon paiement pour leur récolte étant donné qu'ils peuvent acheter «*de l'autre côté*» (*i. e.* hors de Féchy) des vins moins chers permettant toutefois un «*assemblage efficace*». Or, il considère qu'il est important de défendre l'état actuel de l'aire d'appellation face à la fin programmée du 49-51, dans la mesure où le problème «*n'est pas que viticole, mais aussi foncier*»²².

Les initiateurs²³ exposent leur stratégie à l'assemblée avec les arguments suivants: le projet – discuté par le groupe de travail de la CIVV – nécessite, selon eux, de «*se différencier de la viticulture industrielle en prônant le lien au terroir*». Le projet d'agrandissement des aires d'appellation porteuses reflète cet antagonisme de la viticulture industrielle à laquelle il leur faut (désormais) s'opposer. Un récent congrès mondial sur les terroirs viticoles organisé à la station de recherche de Changins est évoqué pour souligner que les nouveaux pays producteurs se battent également pour valoriser leur terroir. Enfin, il apparaît que cette stratégie est aussi l'option la moins coûteuse: «*communiquer sur des marques commerciales ou des vins de cépages nécessiterait davantage de moyens financiers*»²⁴.

Ils rappellent que «*l'étude terroir*»²⁵ a permis de documenter la spécificité des terroirs du canton, dont ceux de Féchy, et qu'il faut utiliser ces travaux

²⁰ Courrier de la municipalité de Féchy, du 19 mai 2008, adressé aux propriétaires situés dans le périmètre de l'appellation Féchy. Archives fournies par les vigneron de Féchy.

²¹ PV de la séance du 28 mai 2008 concernant la modification des aires d'appellation. Archives fournies par les vigneron de Féchy.

²² *Ibid.*

²³ Nous employons désormais ce terme pour désigner le groupe des sept producteurs de Féchy, encaveurs ou vigneron, qui sont au cœur de la mobilisation locale et qui sont membres du comité de l'association des propriétaires de vignes constituée en septembre 2008.

²⁴ PV de la séance du 28 mai 2008 concernant la modification des aires d'appellation. Archives fournies par les vigneron de Féchy.

²⁵ Il s'agit de l'étude des terroirs viticoles vaudois «*initée en 2000 par l'Association pour l'étude des terroirs viticoles vaudois, coordonnée par Prométerre et réalisée en collaboration avec la Station fédérale de recherches en production végétale de Changins, l'École polytechnique fédérale de Lausanne et le Service des eaux, sols et assainissement de l'État de Vaud*» (Étude des terroirs viticoles vaudois, 2004, p. 3).

pour contester l'agrandissement des aires. Un vigneron souligne avec malice « *qu'il n'est pas prévu que le Dézaley allait s'agrandir parce qu'il est une appellation phare* ». Pour les producteurs vaudois, le Dézaley constitue en effet l'appellation qui correspond le plus fidèlement à la représentation d'une appellation liée à un territoire bien défini – dont la référence est les terroirs (ou « climats ») de Bourgogne. Aucun ne saurait imaginer que le périmètre puisse être étendu pour des raisons économiques. Assumant un retournement radical – après avoir profité de la « pompe à argent » – c'est vers ce modèle que les initiateurs souhaitent faire évoluer la définition de l'appellation qu'ils représentent :

« Ces pressions sur notre appellation seront difficiles à supporter, mais c'est une bonne chose d'arrêter le 49-51. Ce sera une nouvelle stratégie à adopter. Le Féchy a une vraie histoire de terroir [...]. En agrandissant l'appellation on ne vendra pas un seul litre de vin en plus, mais on va diminuer les marges si elles existent encore. » (PV du 28 mai)

Toutefois des rivalités et des divergences subsistent parmi les propriétaires. Le principal doute porte sur la pertinence de renoncer aux volumes de Féchy que l'agrandissement de l'aire permettrait de maintenir. La rivalité qui se dessine entre le négoce (porteurs du projet de réforme et incarnant la conception « industrielle ») et les vignerons n'est pas si nette, ni pour certains vigneron-encaveurs, ni (ce qui est moins surprenant) pour d'autres « petits » négociants propriétaires de vignes à Féchy.

Un vigneron-encaveur souligne : « *On nous achète à tous du vin pour faire du 49-51. L'avant-projet [la première version du projet de réforme] désire ne rien changer au foncier. En faisant du Féchy, l'appellation absorbe l'appellation voisine, on ne touche pas à la réalité actuelle. Je suis très partagé, même si on ne vend pas cher notre vin qui devient du 49-51²⁶, on vit avec* ». Un autre ajoute : « *Je bois du vin quand il est bon. La notion de terroir dans l'AOC est une chose, mais si on produit du bon vin, on le vend. Il ne faut pas avoir peur des marchands [i. e. des négociants]* ». Un dernier souligne qu'avec le 49-51, c'est l'équivalent de plus de 300 ha de Féchy qui est produit, que les flux de revenus sont importants et qu'à choisir, il vaut mieux étendre le périmètre que d'espérer accroître les rendements, déjà deux fois plus élevés qu'en Bourgogne, au risque de perdre toute crédibilité sur la qualité. Ces prises de position relèvent l'intérêt majeur

²⁶ C'est-à-dire du vin issu de raisins venant de parcelles de l'appellation Féchy : la pratique la plus rentable économiquement consiste alors, pour les propriétaires qui vinifient (vigneron-encaveurs ou négociants) à vendre en vrac à un prix particulièrement intéressant (environ 50 % plus cher que le prix moyen du vrac) une partie de leur raisin venant de Féchy et à valoriser le reste en qualité bouteille en utilisant le jeu des assemblages. Ce choix varie évidemment en fonction des contraintes individuelles (capacité d'encavage notamment, encépagement et stratégie individuelle de valorisation du vin vendu en bouteille).

porté aux valeurs économiques et l'importance modérée qui est réservée aux aspects sensoriels et symboliques²⁷.

À l'issue de cette réunion, un comité est néanmoins constitué en vue de la création d'une association des propriétaires. Le comité est composé des initiateurs et du syndic de la commune. L'alliance avec la municipalité est consolidée: celle-ci facilite l'action collective en fournissant les infrastructures (locaux de l'administration pour les réunions, supports graphiques pour la rencontre – infructueuse – avec les conseillers d'État durant l'été 2008) et en envoyant les courriers d'information et d'invitation aux réunions aux propriétaires des parcelles.

Encadré 13. Les valeurs sensorielles en retrait

Les valeurs sensorielles n'occupent pas une place saillante dans l'ARL de Féchy. Interrogé sur sa définition de la qualité gustative des vins, un des meneurs de la coalition répond que «*la qualité c'est un vin qui se vend*». Cette métaphore, qui souligne la prégnance du raisonnement économique et l'intérêt plus marginal accordé à la recherche de valeurs sensorielles (à l'exception – toutefois assez générale, voir plus loin – de l'expression du terroir), est renforcée par le fait que de nombreux producteurs, même vigneron-encaveurs, ont recours à une entreprise de vinification à façon. «*De toute manière, on a tous le même œnologue conseil sur La Côte*», relève un autre meneur local. L'objet de cette litote – les variations organoleptiques modérées des chasselas de la région et le peu d'intérêt pour celle-ci – est confirmé par le principal intéressé, qui dirige une entreprise de conseil œnologique et vinifie sur contrat l'équivalent de 4 millions de bouteilles, essentiellement sur La Côte, mais également pour d'autres cantons romands: «*On parle beaucoup de terroir, moi je défends surtout une approche réaliste où c'est le travail du vigneron qui fait la différence, sa patte autant à la vigne qu'à la cave. Selon moi il y a surtout des différences entre les vigneron plutôt qu'entre terroirs*». Pour ses clients, il suit une ligne commune pour la vinification de base des chasselas, les propriétaires pouvant faire les derniers choix d'assemblage. Il confirme que les variations sensorielles sont minimales d'un client à l'autre: «*Il y a des variations de style pour la finale de chaque producteur, mais ces variations restent dans une fourchette assez serrée*».

L'Association des propriétaires de vigne en appellation Féchy est fondée le 24 septembre²⁸; elle compte 66 propriétaires qui représentent deux tiers

²⁷ PV de la séance du 28 mai 2008 concernant la modification des aires d'appellation. Archives fournies par les vigneron de Féchy.

²⁸ PV de la réunion du 24 septembre. Archives fournies par les vigneron de Féchy.

du vignoble de Féchy. Dans leur argumentaire en faveur de l'association et de la notion de terroir dans les AOC, les initiateurs s'appuient de façon détaillée sur les travaux portant sur la valorisation des terroirs (Stéphane Boisseaux & Barjolle, 2004)²⁹: *«L'AOC doit garantir l'origine du produit, son authenticité, et les caractéristiques uniques liées à un terroir [...] On vit dans un monde où on encourage l'agriculture intensive, on perd du goût, les générations futures ont le droit de connaître le goût du Féchy, du Mont-sur-Rolle, etc.»*³⁰.

Ce travail méthodique – assuré pour l'essentiel par un jeune vigneron – leur permet d'enrichir leur mobilisation par un savoir-faire supplémentaire, qui fonctionne essentiellement au niveau du discours³¹. Sur le plan épistémologique ou du rapport du plus large du chercheur avec l'objet, il est intéressant de relever qu'ici le travail d'objectivation réalisé par les chercheurs (antérieur au présent ouvrage) contribue directement à la réalité observée, lorsqu'il est repris par les acteurs eux-mêmes et alimente leur pratique.

La séance de création de l'association permet de formuler une dernière fois les rivalités face au projet d'agrandissement de la ressource et de les stabiliser autour d'un projet commun. Le consensus sur les valeurs économiques et symboliques attendues de la ressource s'articule sur le projet *«d'augmenter la rareté qualitative au lieu d'inonder les grandes surfaces à coups de prix massacrés»*, de *«renforcer le rôle moteur des grandes AOC fortes, authentiques, crédibles, pour tirer l'ensemble vers le haut»*, et enfin de *«classifier le vignoble en fonction de critères d'exigence et non comme des découpages administratifs»*.

L'Association des propriétaires de vignes en appellation Féchy³², dont le comité provisoire est confirmé, prévoit un budget de 10 000 CHF de recettes (30 CHF de cotisation et 1 centime au m² de vigne), dont 40 % seront affectés aux besoins en conseil pour l'action collective.

Le premier mouvement de cette mobilisation se concrétise immédiatement et cible les aspects institutionnels de la réforme, en l'occurrence la forme de la procédure d'élaboration du nouveau règlement.

8.3.2 Contestation des aspects institutionnels et substantiels de la réforme

Le Conseil d'État est compétent pour édicter ou modifier la réglementation sur les vins vaudois, selon une procédure que rappelle l'office cantonal de la viticulture à l'occasion de la réforme: *«Seul le Conseil d'État peut changer les*

²⁹ Résumé en un document de 12 pages, réalisé par les soins de «l'architecte» de la mobilisation. Archives fournies par les vignerons de Féchy.

³⁰ PV de la réunion du 24 septembre. Archives fournies par les vignerons de Féchy.

³¹ Sans préjuger ici aucunement du savoir-faire effectif et bien réel dont ils sont porteurs, bien entendu!

³² Statuts de l'association de propriétaires de vignes en appellation Féchy, adoptés lors de l'assemblée constitutive du 24 septembre 2008.

limites (des aires d'appellations) [...]. Généralement une commission est nommée, mène une réflexion, fait un rapport, propose un nouveau texte et le Conseil d'État l'étudie puis l'adopte». La Cour de droit administratif et public (CDAP) du tribunal cantonal est compétente en cas de litige³³. Concrètement, le travail de préparation du nouveau règlement est confié à un groupe de travail « composé du comité de la CIVV, avec quatre représentants par famille [...], le secrétaire de la CIVV et deux représentants de l'administration cantonale » (Monachon, 2011, p. 22). C'est cette composition que l'association de Féchy met en question.

Depuis l'été 2008 déjà, donc peu avant la constitution de l'association à Féchy, le Conseil d'État est au courant de l'opposition de fond des propriétaires locaux: en août, les chefs des Départements de l'économie et de l'intérieur (compétents en la matière) sont invités à Féchy par les initiateurs. Ceux-ci expriment leur opposition à l'agrandissement de la zone d'appellation et tâchent en vain d'influer sur la réforme du règlement.

En octobre, l'association des propriétaires de Féchy adresse un courrier³⁴ au conseiller d'État en charge du dossier (Département de l'économie). Le magistrat est informé de la création de l'association, de ses buts et du fait que le comité de l'association souhaite intégrer la commission. Le courrier ne met pas l'accent sur la contestation de la légitimité de ce groupe de travail (même s'il évoque un déséquilibre dans la représentation des familles à la CIVV qui ne représente pas les propriétaires de vignes). Il insiste en revanche sur la volonté de l'association de Féchy de mettre en valeur et de défendre le terroir viticole face aux « vins génériques et labellisés » (c'est-à-dire les vins de marque).

Ces démarches, si elles échouent à obtenir une participation formelle à la préparation de la réforme permettent cependant aux initiateurs d'être exceptionnellement invités à présenter leur (op)position au groupe de travail de la CIVV et de critiquer sa composition, qui ne serait pas représentative des intérêts de la branche. Les échanges tournent court. D'une part, les membres du groupe de travail sont opposés à la position défendue par les initiateurs et, d'autre part, estiment que leur représentativité et leur légitimité, en tant qu'expression des familles composant la CIVV, est juridiquement fondée. Ils soulignent en outre que, comme prévu par la loi sur l'agriculture, les communes seront consultées une fois le règlement terminé. Face à cette impasse, le président de l'association de Féchy annonce au groupe de travail – médusé – qu'une conférence de presse organisée par l'association se tiendra le lendemain³⁵.

³³ Journal régional de La Côte du 7 novembre 2008, p. 9.

³⁴ Courrier envoyé de Mont-sur-Rolle, daté du 7 octobre 2008, au chef du Département de l'économie. Archives des vigneron de Féchy.

³⁵ PV du groupe de travail concernant l'adaptation de la réglementation vaudoise vitivinicole aux dispositions de la PA 2011, du 16 décembre 2008, locaux du centre patronal, Paudex. Archives des vigneron de Féchy.

Durant la conférence de presse du 17 décembre, l'association de Féchy présente ses dix arguments principaux, qui sont largement repris par les médias du canton (voir point 9.3.4).

Enfin, en février 2009, une ultime contestation des aspects institutionnels s'appuie cette fois sur l'élargissement de la base de contestation au projet de réforme. Un courrier adressé au chef du Département de l'économie souligne la nature désormais cantonale de l'opposition au projet d'extension des appellations phares, opposition qui ne se limite plus au cas de Féchy. Les initiateurs sont en effet parvenus à rallier à leur cause des représentants des régions viticoles du Chablais et de Lavaux (voir point suivant).

Les arguments défendus dans ce courrier illustrent les préoccupations des acteurs en termes d'équilibre dans la production et la distribution des valeurs fournies par la ressource: la réputation des appellations, la conservation des vins typiques, l'expression du terroir, et le maintien des flux de revenus. Surtout, les acteurs révèlent leur connaissance (ou plus exactement leur appréciation) de l'équilibre au sein de la branche qui permet de maintenir la production des différents flux financiers :

«L'AOC est l'expression d'un lien intime entre le produit et son terroir [...]. Elle garantit au consommateur l'origine du vin qu'il a choisi. En étendant ainsi artificiellement les AOC au-delà de leur frontière, on leur donnerait un caractère générique en les positionnant en bas de l'échelle. Les volumes supplémentaires mis sur le marché conduiraient inévitablement à une chute importante des prix de l'ensemble des appellations touchées. [...] Une appellation "Féchy", "Aigle" ou "Epresses" pourrait être vendue sans qu'aucun grain de raisin ne provienne de ladite aire d'appellation. Avec pour conséquence un règlement plus opaque pour le consommateur et encore moins conforme à la législation européenne. [...] Jusqu'à ce jour, l'équilibre des familles au sein des groupements interprofessionnels respectait les intérêts de chaque acteur. Cette complémentarité entre "collaboration et concurrence" est à la base du dynamisme du secteur viticole vaudois. Force est de constater que ce projet sert uniquement les intérêts des négociants, en favorisant une production de masse, dont les nuances qualitatives se feront uniquement par des cahiers des charges dictés aux vigneron»³⁶.

³⁶ Courrier daté du 23 février 2009, envoyé d'Epresses au chef du Département de l'économie. Le document qui revendique quatre pages, fait référence aux trois appellations Epresses, Féchy et Aigle, mais s'arrête à 2/4 pages, avec les signatures des représentants de La Côte. Dans la mesure où les PV des séances précédentes de l'association des propriétaires de Féchy (notamment celle du 11 février 2009) mentionnent explicitement la préparation de ce courrier en collaboration avec les représentants du Chablais et de Lavaux, que la participation de ces derniers à cette action a été confirmée en entretien et qu'elle est évoquée dans le travail de mémoire de Monachon (2011), nous faisons l'hypothèse que les deux pages manquantes (3/4 et 4/4) dans la copie du courrier qui figure dans les archives des initiateurs, sont celles sur lesquelles figurent les signatures des représentants de Lavaux et du Chablais. Archives des vigneron de Féchy.

Alors que l'ensemble des attaques sur la légitimité des aspects institutionnels et de la procédure de réforme échouent à modifier le cours du projet, ce sont finalement les alliances passées avec d'autres régions – résultat d'un travail de longue haleine – qui se révèlent déterminantes dans l'ARL de Féchy et la (re) construction de la ressource.

8.3.3 Rivalités et alliances géographiques

La commune de Perroy est limitrophe de celle de Féchy, située au sud-ouest de cette dernière (voir la carte de l'appellation Féchy dans le chapitre 7); son aire viticole est essentiellement en plaine. À l'exception de quelques hectares inclus dans le périmètre de l'appellation Féchy (art. 11, al. 1, let. 5 du RAOVV de 1985), le terroir de Perroy est moins favorable que celui de Féchy et l'appellation bien moins réputée (elle n'est pas considérée comme « porteuse » économiquement). Les propriétaires de vignes de Perroy comptent donc parmi les acteurs directement intéressés à l'agrandissement de l'aire de Féchy, tel qu'il est discuté en commission AOC: le projet de d'agrandissement ayant fuité du groupe de travail de la CIVV, on l'a vu, prévoit en effet la fusion des 111 ha de l'appellation Perroy ainsi que des 78 ha d'Aubonne avec les 178 ha de Féchy³⁷. L'initiateur de la mobilisation de Féchy rappelle à ce titre qu'il « *ne s'est pas fait des amis* » parmi les vignerons de Perroy.

Les acteurs du négoce favorables à l'agrandissement des AOC s'appuient sur la rivalité entre Perroy et Féchy pour faire avancer leur position, en tâchant de former (ou du moins de faire apparaître) des alliances et un consensus avec d'autres appellations porteuses du canton, dans le Chablais en l'occurrence, appellations qu'il est prévu d'agrandir pour les mêmes motifs que sur La Côte.

Ce jeu des acteurs sur les alliances géographiques s'inscrit dans le sillage d'une acquisition importante réalisée par l'une des principales entreprises de négoce de Suisse. Au début de l'année 2008, le groupe Schenk acquiert en effet la majorité de Badoux Vins, une entreprise de négoce et d'encavage située dans le Chablais et qui fête ses cent ans. Cette entreprise est propriétaire d'une des plus importantes marques³⁸ viticoles de Suisse – voire la seule marque de Suisse ayant une notoriété sur l'ensemble du marché, selon certains négociants –, le chasselas « Aigle les Murailles ». La prise de contrôle de la marque en question semble être le principal motif de ce rachat. Le groupe acquéreur résume d'ailleurs l'acquisition en ces termes :

« 2008: Par l'entremise de sa filiale Obrist, le groupe Schenk prend une participation majoritaire dans Badoux, maison suisse centenaire et fameuse pour

³⁷ Tableau Excel titré « Projet AOC VD », daté du 20 novembre 2008. Archives des vignerons de Féchy.

³⁸ Numéro de la marque déposée à swissreg: P-386803. Selon plusieurs entretiens, elle est évoquée comme étant la seule « vraie » marque en termes de notoriété en Suisse.

son produit phare “Aigle les Murailles”. Quelques années plus tard, il en devient le seul et unique propriétaire.»³⁹

Le visuel de la marque est un lézard⁴⁰, souvent évoqué par les consommateurs suisses-alsaciens, en lieu et place de son nom pour faire référence à ce vin: «*Eidechslis wii*» (le vin du lézard). Il s'agit d'un chasselas, très largement distribué (entre 800 000 et 1 000 000 de bouteilles par an)⁴¹ notamment en grande surface, dans un segment de prix élevé (l'entreprise conseille à ses distributeurs, dont 50 % sont des grossistes, de pratiquer un prix de vente à 21 CHF la bouteille). L'image du lézard est si populaire qu'elle a été adoptée comme logo de l'entreprise⁴².

C'est en juin 2008 que les entreprises de négoce tentent de s'appuyer sur une alliance géographique avec le Chablais pour contrer la mobilisation des producteurs de Féchy. Un représentant du négoce siégeant à la CIVV est invité à une réunion des propriétaires et des vigneron de Perroy. Il souligne à cette occasion «*qu'il s'exprime au nom de la CIVV et non pas de [son entreprise] [...]*». Et poursuit:

«Il conviendrait de faire une “appellation marché” [pour apporter une solution à la fin du 49-51]. [...] Suite à des discussions dans leur région, les vignerons du Chablais proposent une grande appellation AOC Aigle, [alors que les] 1^{er} Grands crus et Grands crus garderaient leur appellation actuelle [Yvorne, Ollon, Aigle, Villeneuve et Bex].»⁴³

À l'issue de cette séance, les producteurs de Perroy se prononcent, sans surprise, à une très large majorité en faveur du projet d'extension de l'appellation Féchy. Trois mois plus tard, les vignerons du Chablais sont précisément invités par l'association des propriétaires de Féchy⁴⁴. Et il y apparaît que, contrairement à ce qu'indiquait le négoce aux vignerons de Perroy, il n'y a pas de consensus dans le Chablais pour substituer «l'appellation marché» «Aigle» aux cinq existantes. Cette opposition de représentants de la production issus du Chablais a d'ailleurs été communiquée formellement à la section régionale de l'interprofession⁴⁵ (en juillet 2008): «*Les vignerons-encaveurs d'Aigle et l'association vinicole d'Aigle sont catégoriquement opposés au projet visant à faire de tout le Chablais une unique appellation Aigle*»⁴⁶. Selon des vignerons du

³⁹ Site de l'entreprise Schenk SA, onglet histoire: <http://www.schenk-wine.com/histoire/>. Ou encore, article du *24 heures* du 6 octobre 2008.

⁴⁰ L'illustration du lézard seul est aussi déposée à swissreg en 1990, numéro de la marque: P-386804

⁴¹ La fourchette est issue de plusieurs entretiens et d'échanges informels avec des négociants.

⁴² Directeur de Badoux Vins, interview cité dans *Bilan* du 15 octobre 2012.

⁴³ PV de la séance du 23 juin, buvette de la grande salle de Perroy. Archives des initiants.

⁴⁴ PV de la séance du 27 octobre 2008 avec les délégués de Luins, Vinzel, Mont-sur-Rolle et du Chablais. Archives des vignerons de Féchy.

⁴⁵ Communauté interprofessionnelle des vins du Chablais vaudois (CIVCV)

⁴⁶ Courrier envoyé d'Aigle, daté du 7 juillet 2008, adressé à la CIVCV, p.a. Henri Badoux SA. Archives des vignerons de Féchy.

Chablais, c'est le fondateur de l'entreprise détentrice de la marque «Aigle les Murailles», également président de la communauté interprofessionnelle des vins du Chablais, qui «*monopolise le comité de cette section*» et ne tient pas compte de l'avis de la base (*i. e.* des vignerons). Ceux-ci donnent leur explication des motifs de cette tentative de passage en force :

« [Le détenteur de la marque les Murailles] *pour ses besoins en Aigle les Murailles est un gros acheteur de [raisin de l'appellation] Aigle. Les producteurs pensent qu'en augmentant la surface de l'appellation d'Aigle à tout le Chablais, une pression énorme sur les prix pèsera sur les fournisseurs actuels d'Aigle les Murailles.* »⁴⁷

Cette discussion se conclut par une phrase qui résume clairement la perception que les acteurs présents ont des rapports de force économiques qui se cristallisent durant la réforme : «*Il [le vigneron du Chablais qui rend compte de l'opposition de ses collègues à l'agrandissement] nous fait un exposé sur les cartels...* »⁴⁸. À l'issue de cette rencontre, l'alliance avec le Chablais est scellée. Le Lavaux s'y joint également, après un important travail de mobilisation réalisé par les propriétaires de Féchy.

Cette tentative de concentration autour de la marque (*i. e.* «l'exposé sur les cartels» évoqué plus haut) et de construction (institutionnelle) d'une position forte dans le vignoble du Chablais apparaît ainsi clairement aux yeux des acteurs de la production⁴⁹. C'est sur cette base, qui permet aux producteurs d'identifier une menace et des intérêts communs dans la réforme, que l'alliance entre les propriétaires de Féchy, du Chablais et du Lavaux se construit.

Cette alliance, que l'on pourrait considérer comme anecdotique à première vue – une tempête dans un verre de vin – se révèle décisive et fournit de riches enseignements pour l'analyse du cas. Elle mérite qu'on s'y attarde. Bien qu'ils soient fortement liés, nous distinguons, parmi ces enseignements, quatre éléments majeurs pour la compréhension de la construction de la ressource à Féchy.

Le premier est celui de la créativité et de l'ingénierie institutionnelle qu'un acteur puissamment doté en ressources d'action (argent, infrastructure et humaines) déploie. Cet acteur du négoce cherche ainsi à élaborer un ARL favorable à la production des valeurs symboliques et économiques qu'il recherche (réputation de la marque, flux de revenus). Il tente d'agir sur les

⁴⁷ PV de la séance du 27 octobre 2008 avec les délégués de Luins, Vinzel, Mont-sur-Rolle et du Chablais. Archives des vignerons de Féchy.

⁴⁸ PV de la séance du 27 octobre 2008 avec les délégués de Luins, Vinzel, Mont-sur-Rolle et du Chablais. Archives des vignerons de Féchy.

⁴⁹ La perception de cette «manœuvre», habile mais malheureuse, tentée par les propriétaires de la marque «Les Murailles» a été confirmée au cours d'entretiens et durant des échanges informels avec les vignerons.

infrastructures de la ressource (périmètre du vignoble exploitable) afin de définir des règles d'appartenance (DR1)⁵⁰ plus permissives (droits d'accès plus largement distribués) à la ressource (Féchy et Aigle en l'occurrence).

Le second renvoi à l'intensité du jeu d'acteurs qui se noue pour façonner le contenu de la réforme de la réglementation. L'acteur qui s'engage pour la reconfiguration des règles d'appartenance à la ressource, mais qui tient à garantir qu'il est désintéressé, résume parfaitement les stratégies de jeu avec les règles que les acteurs déploient (Bourdieu, 1990) : « *Il souligne qu'il s'exprime au nom de la CIVV [et donc de l'intérêt collectif] et non pas de [son entreprise]* ».

Le troisième enseignement est celui de la création de l'exclusivité ou, au contraire, de la nature plutôt inclusive de la ressource. On observe ici une rivalité idéaltypique entre la réputation de la marque et celle de l'appellation. La tentative d'appropriation de la réputation et des flux de revenus liés à une marque privée par un acteur (*via* un jeu capitaliste classique de fusion et acquisition) correspond à la création de droits d'usage exclusifs sur ces valeurs. Or, l'ambition parallèle d'accroître ces valeurs (en augmentant le bassin d'apport en raisin) implique de rendre les règles d'exploitation et d'entretien (DR2)⁵¹ de la ressource (l'appellation Aigle) plus larges, réduisant ce faisant son exclusivité.

Le quatrième élément enfin est celui de la combinaison dans l'arrangement (et dans la réalité, par contraste avec l'aspect idéaltypique évoqué dans le paragraphe précédent) des règles de la propriété privée (la marque) avec celles de la politique publique (les aires d'AOC). Une combinaison, centrée ici sur la marque « Aigle les Murailles » dans un cas bien individuel et concret, que l'on retrouve à l'identique, mais dans une situation plus générale (*i. e.* susceptible de se concrétiser n'importe où dans le canton), avec la marque « Clos, domaines et châteaux » (cf. Encadré 11).

8.3.4 Propagande et travail sur la presse

Faute d'avoir pu intégrer formellement le groupe de travail de la CIVV pour influencer sur la réforme, les propriétaires de Féchy ciblent les dispositions de réception des consommateurs (en termes de connaissance de l'appellation et de sensibilité à son devenir) en sollicitant les médias cantonaux et la population.

Face aux consommateurs, le comité de l'association, qui se présente comme le comité « Non à une réforme bâclée, oui à des AOC de qualité », s'appuie sur la même ligne que celle utilisée auprès des responsables politiques (voir point 8.3.5 *infra*). Plusieurs arguments sont repris systématiquement dans la communication. Ils attaquent autant la légitimité de la réforme que ses aspects substantiels et institutionnels et mettent bien sûr l'accent sur le terroir et le devoir d'authenticité.

⁵⁰ Première dimension de régulation de l'ARL.

⁵¹ Seconde dimension de régulation de l'ARL.

Concrètement, les arguments mobilisés par l'association sont les suivants :

1. Non-représentativité du groupe de travail de la CIVV.
2. Absence de consultation préalable des communes.
3. Gonflement artificiel de certaines appellations à haut potentiel commercial.
4. Caractère manipulable du nouveau système.
5. Manque de transparence pour le consommateur.
6. Un projet qui privilégie la quantité au détriment de la qualité.
7. Un déni total des engagements pris par le conseil d'État en 1985.
8. Non-prise en considération de l'étude sur les terroirs.
9. Non-respect de la législation européenne⁵².

La présentation faite en conférence de presse précise cette série d'oppositions en usant d'un vocabulaire et d'un ton combatif assumés, comme ces extraits l'illustrent :

« Doublement pur et simple de l'appellation Féchy [...] ; [...] groupe de travail non représentatif de la profession⁵³ ; [...] déni total des efforts consentis par les propriétaires de vigne de Féchy pour la mise en valeur et la protection de leur zone viticole [référence au classement du vignoble depuis 1971] ; [...] remise en question d'affirmations claires et scientifiques sur la notion de terroir ; [...] rupture de l'équilibre précaire d'un marché rendu difficile par l'ouverture des frontières et par une consommation générale en baisse. »⁵⁴

La publicisation des valeurs recherchées par les propriétaires de Féchy et le travail sur les dispositions de réception des consommateurs s'opèrent dans des conditions idéales, sachant que le principal quotidien du canton publie alors une pleine page titrant : « Les vigneron de Féchy s'élèvent contre le bradage des terroirs ». Interrogés, les propriétaires utilisent les mêmes éléments de langage que ceux qui seront utilisés quelques mois plus tard pour convaincre les députés : « On pourra avoir du Féchy sans aucun grain de raisin de ce vignoble ». L'article souligne en outre que d'autres régions viticoles du canton sont opposées aux

⁵² Outre la conférence de presse en décembre, une pétition intitulée « Manifeste sur les AOC » est lancée en janvier 2009. Quatre pages format A3, agrémentées d'illustrations d'un auteur satirique romand bien connu, présentent les dix arguments pour s'opposer à la « réforme bâclée au goût de bouchon » du nouveau règlement. Archives fournies par les vigneron de Féchy.

⁵³ Une diapositive énumère le nom des commissaires en soulignant qu'ils occupent en majorité une position à la tête d'une entreprise de négoce et conclut : « Les propriétaires de vignes des appellations contestées ne sont pas représentés, ce malgré des demandes réitérées ».

⁵⁴ Présentation PowerPoint pour la conférence de presse du 17 décembre. Archives des vigneron de Féchy.

modifications prévues, notamment dans le Chablais et en Lavaux⁵⁵. Ce travail permet la concrétisation, sous une forme politique, de l'alliance corporatiste nouée avec les producteurs de ces deux autres régions (voir le point 8.3.3 *supra* et le point 8.3.5 ci-après).

8.3.5 Construction du soutien politique

La recherche et la construction du soutien politique (ressource d'action « majorité » et « consensus ») débutent à l'été 2008, lorsque les deux chefs de département sont invités à Féchy pour une séance de *lobbying*⁵⁶ qui reste vaine, malgré la sensibilité pour la viticulture de l'un des conseillers d'État, issu d'une commune viticole du Lavaux.

Un des principaux initiateurs résume les différentes démarches politiques qui ont été entreprises par la suite. L'association de propriétaires a notamment fait appel aux services d'une agence de communication et d'un bureau d'avocat⁵⁷. La qualité de la coordination des différentes actions relève le degré de créativité stratégique dont les acteurs locaux ont fait preuve :

« À la mi-août, nous avons rencontré les Conseillers d'État MM Leuba et Mermoud afin de leur faire part de notre position. Le comité in corpore a rencontré la commission AOC en date du 16.12.08. Au lendemain de cette séance nous avons déposé une interpellation au Grand Conseil par l'intermédiaire du Député Surer et organisé une conférence de presse. Le but était de pilonner le projet afin qu'un échange de communication se fasse avec les collègues de notre région ainsi que les régions du canton concernées. Celle-ci a été très bien suivie et les échos sont très positifs. [...] Au niveau de l'action actuelle, nous sommes en contact avec les mécontents de toutes les régions [notamment Chablais et Lavaux]. Un groupe de personnes représentant les régions a rencontré M. Leuba et une prise de contact de M. Mermoud va être faite. [...] »⁵⁸.

Il est également indiqué que les propriétaires d'une commune du Lavaux se sont adressés au même cabinet d'avocats que celui sollicité par Féchy et qu'une demande de soutien financier a été adressée à la commune de Féchy ainsi qu'à l'association de promotion de l'appellation Féchy⁵⁹.

⁵⁵ 24 heures, jeudi 18 décembre 2008.

⁵⁶ À cette occasion, les deux conseillers d'État ont été accueillis en août chez un vigneron-encaveur de Féchy.

⁵⁷ Sollicité sur la base de son expérience dans les litiges en viticulture. Entretien avec un vigneron de Féchy.

⁵⁸ PV de l'assemblée extraordinaire de l'association des propriétaires de vignes de Féchy du 11 février 2009. Archives des vignerons de Féchy.

⁵⁹ PV de l'assemblée extraordinaire de l'association des propriétaires de vignes de Féchy du 11 février 2009. Archives des vignerons de Féchy.

La recherche de soutien politique nécessite un lourd investissement en temps et en ressources humaines de la part des vigneron·ne·s de Féchy, notamment du meneur du mouvement: «*J'ai perdu dix ans de ma vie, pour aller trouver des alliances politiques dans les autres appellations, à Lavaux et dans le Chablais, notamment avec ceux qui connaissent bien les politiciens*»⁶⁰.

Durant l'été 2008, la recherche de soutien politique est complétée par la recherche d'expertise dans le domaine des AOC. Nous avons déjà indiqué plus tôt l'usage minutieux qui est fait des travaux académiques sur le terroir (Boisseaux *et al.*, 2004). En juin, avant même la constitution formelle de l'association des propriétaires de vignes, les initiateurs sollicitent un acteur politico-administratif travaillant au cœur des enjeux d'AOC au sein de l'administration fédérale (il est alors responsable de la promotion de la qualité et des ventes à l'Office fédéral de l'agriculture). Cette rencontre leur permet de définir les possibilités et les avantages de l'une ou l'autre forme d'organisation collective (le projet d'une interprofession sur le modèle des AOC viticoles françaises est initialement évoqué, mais finalement écarté) et d'élaborer une stratégie aboutissant à l'association de propriétaires⁶¹.

Cette mobilisation se conclut avec l'interpellation, du Conseil d'État par un député (président du groupe libéral) au Grand Conseil, mentionnée plus haut, déposée le 16 décembre 2008, soit le jour-même de la rencontre entre les initiateurs et la commission AOC et la veille de la conférence de presse. Le *timing* est parfaitement contrôlé par les vigneron·ne·s et assure la coordination entre l'impact de la communication et du travail politique⁶².

En janvier 2009, alors que les travaux de la commission ont pourtant débuté depuis près d'un an déjà et que l'échéance de l'été se rapproche⁶³, les propriétaires de Féchy se manifestent une fois de plus dans la presse⁶⁴, quelques jours avant que l'interpellation du Conseil d'État ne soit discutée en séance du Grand Conseil⁶⁵, laquelle reprend notamment les éléments de langage destinés à défendre l'expression du terroir: «*On pourra avoir du Féchy sans aucun grain de raisin de ce vignoble*».

8.3.6 Épilogue

Le contenu du nouveau règlement, détaillé dans le chapitre précédent, est finalement présenté par le chef du Département de l'économie en conférence de presse en mars 2009⁶⁶ et son entrée en vigueur fixée au 1^{er} juin 2009. Quelques nuances entre ces deux versions – notamment sur les exigences du Grand

⁶⁰ Entretien avec le vigneron meneur de la coalition de Féchy.

⁶¹ PV de la séance du comité du 27 juin 2008. Archives des initiants.

⁶² La Côte, lundi 12 janvier 2009.

⁶³ Le délai de mise en conformité de la législation cantonale avec l'ordonnance fédérale est fixé à la vendange 2009.

⁶⁴ *L'Écho*, vendredi 9 janvier 2009.

⁶⁵ Interpellation numéro 08_INT_175, séance du Grand Conseil du mardi 13 janvier 2009. Bulletin du Grand Conseil (<http://www.vd.ch/autorites/grand-conseil/bulletin-du-grand-conseil/>).

⁶⁶ «Règlement sur la désignation des vins vaudois», Conférence de presse du 24 mars 2009. Présentation PowerPoint. Chef du Département de l'économie. État de Vaud. 11 p.

cru – témoignent de la persistance du jeu d'acteurs jusqu'aux derniers instants (voir Encadré 14).

L'opposition politique institutionnelle (interpellation au Grand Conseil) trouve son épilogue dans une réponse du Conseil d'État datée du 27 mai 2009⁶⁷, qui enterre formellement le projet d'extension de certaines appellations.

Encadré 14. Ultime ruse institutionnelle pour élargir les appellations porteuses

Avant sa mise en consultation formelle, le projet de règlement est transmis par l'administration cantonale pour consultation préalable à l'OFAG, en février 2009. Il contient une tentative (plus ou moins) habile de faire semblant de renoncer à élargir les appellations porteuses de lieux de production – notamment celle de Féchy – tout en y parvenant, par le biais d'un simple trait d'union.

Le règlement proposé⁶⁸ prévoit que les appellations de plus faible notoriété pourront remplacer le nom de l'appellation de lieu par celle d'un lieu plus prestigieux – une appellation davantage « porteuse » – s'il est couplé à celui de la région viticole, à l'unique condition de renoncer à la mention Grand cru (qui est par ailleurs déjà volontaire).

Concrètement, « Aubonne » et « Perroy » pourraient utiliser l'appellation « Féchy-La Côte » (art. 9, al. 2), « Villette » pourrait devenir « Epesses-Lavaux » (art. 8, al. 2), ou encore, « Chardonne » devenir « Saint-Saphorin-Lavaux » (art. 8, al. 5).

Ainsi, grâce à un simple trait d'union avec la dénomination « La Côte », le périmètre donnant droit à l'appellation Féchy pourrait être doublé, comme le prévoyait le premier projet d'agrandissement qui a suscité la mobilisation analysée ici.

La réponse de l'OFAG à cette consultation est cependant sans équivoque et fait échouer cet ultime stratagème institutionnel :

« [...] Chaque appellation [doit être] définie, et les noms désignant les AOC [ne doivent pouvoir être utilisés] que pour une seule "appellation". Or, [...] les appellations "Féchy-La Côte", "Mont-sur-Rolle-La Côte" et "Luins-La Côte" [...] constituent une double appellation. De plus, elles risquent de tromper le consommateur dans le sens que les territoires retenus pour ces doubles appellations diffèrent des territoires déjà définis pour les appellations "simples" [...]. Les doubles appellations sont à éliminer »⁶⁹.

⁶⁷ Réponse du Conseil d'État à l'interpellation de Jean-Marie Surer et consorts concernant la nouvelle définition de la réglementation de la vérification des AOC viticoles. État de Vaud, 29 mai 2009. 08_INT_175.

⁶⁸ Version 7, daté du 26 janvier 2009.

⁶⁹ Courrier de réponse de l'OFAG, du 4 mars 2009, envoyé au Conseiller d'État, M. Jean-Claude Mermoud. Archives des vignerons de Féchy.

Concrètement, il semble que le revirement dans la stratégie du redécoupage des appellations a été décidé – les entretiens convergent sur ce point, mais les détails varient – à l’occasion d’une ultime séance très animée du groupe de travail, à laquelle ont assisté des représentants de Féchy et le chef du Département. Après une « enchère » (mais du haut vers le bas) sur les proportions d’assemblage économiquement acceptables par le négoce pour compenser la fin du 49-51 et la non-extension des lieux de production – 100 %, 90-10, 80-20, etc. –, le groupe tombe d’accord sur 60-40, qui remplace depuis la règle du 49-51 : « *Une “vaudoiserie” qui arrange finalement tout le monde* »⁷⁰.

Cette compensation de la non-extension du périmètre des appellations porteuses par des règles d’assemblage encore très permissives, respecte formellement les exigences fédérales (10 % de coupage maximum) du seul fait que le label AOC est désormais attribué aux régions viticoles et non plus aux lieux de production. Toutefois, l’esprit de la loi fédérale et des AOC se voit pour le moins dilué. Les vigneron de Féchy en sont bien conscients, et c’est précisément sur cette faiblesse qu’ils fondent leur position du 100 %.

En termes de quantités – et donc de maintien des parts de marché des appellations porteuses – le passage du 49-51 au 60-40 a été rendu possible – comprendre : acceptable par le négoce – par la levée des restrictions d’assemblage plus détaillées et propres à chaque région viticoles prévues par le règlement de 1985 (par exemple l’exclusion des lieux de production périphériques du jeu des assemblages sur La Côte, voir chapitre 7). Or, la perte de cette ingénierie institutionnelle fine, si elle a permis de maintenir dans l’ensemble les volumes des appellations porteuses, n’a semble-t-il pas été sans effet sur l’ensemble de la structure des prix des appellations du canton, dont de nombreux acteurs considèrent qu’ils ont été négativement affectés. L’étude de cas suivante discute en détail cet aspect qui a eu un impact déterminant sur les modalités des arrangements adoptés dans la région du Lavaux.

La dynamique mise en place durant cette intense période de contestation s’est consolidée à Féchy, même si elle ne s’est pas traduite dans une régulation locale additionnelle qui mettrait en œuvre le 100 %. Elle a toutefois renforcé le lien social entre les propriétaires et pérennisé leur action collective en faveur d’une différenciation spécifique de la ressource. Deux axes complémentaires structurent désormais la stratégie à moyen terme. Le premier consiste en la mise en valeur des lieux-dits (dénominations cadastrales), dans une logique « à la bourguignonne », comme le relève le meneur, c’est-à-dire fortement orientée vers l’expression de terroirs bien précis et vers une symbolique de vin d’exception au sein de l’appellation Féchy. L’association a dégagé un budget de 100 000 CHF destiné à la communication sur les lieux-dits. Le second axe vise la production de valeurs paysagères. En 2008, l’initiateur du mouvement a fait enregistrer la marque « Féchy 1971. Vignoble Classé »⁷¹, en référence au paysage

⁷⁰ Entretien avec un vigneron de Féchy.

⁷¹ N° d’enregistrement Swissreg 590334.

inscrit à l'inventaire fédéral et l'a depuis mise à disposition de l'association. Le logo fait apparaître l'église caractéristique du village qui surplombe les coteaux. L'usage de la marque est réservé exclusivement aux vins provenant de l'appellation Féchy⁷². Ces deux axes entretiennent l'articulation entre l'usage des infrastructures et les dispositions de réception des consommateurs.

Tableau 5 Synthèse de l'arrangement de régulation localisé (ARL) de Féchy

Variable		Description
<i>Indépendantes</i>	Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Coalition de vigneron (-encaveurs), négociants et propriétaires de l'appellation Féchy et de producteurs (essentiellement) d'autres régions viticoles (Chablais et Lavaux). Souhaitent (maintenir) une différenciation produisant les valeurs suivantes: revenus fonciers et vitivinicoles; réputation de l'appellation; expression du terroir; paysage identitaire; du vin facile à boire. La coalition s'oppose à une coalition des grandes entreprises de négoce, coopératives et courtiers (avec le soutien relativement passif de l'Office de la viticulture) qui visent une différenciation axée elle sur les valeurs de: revenus vitivinicoles (parts de marché); la réputation d'un plus petit nombre d'appellations et de marques privées; du vin facile à boire; enfin, des vins d'exception (GC et 1 ^{er} GC).
	Ressources d'action	Mobilisation des ressources humaines, information (étude des sols, expertise sur les AOC), infrastructures (propriété foncière) et moyens financiers dans une moindre mesure. Construction d'une dotation en ressources de consensus (local), d'organisation (<i>via</i> l'association), et enfin, de soutien politique (mise en débat public). En face, les défenseurs du projet d'agrandissement s'appuient essentiellement sur les ressources du droit (légalité formelle du projet de réforme), du consensus (corporatiste), de ressources humaines et de temps (personnel disponible pour le négoce et délai court de la réforme).
	Créativité institutionnelle	Créativité institutionnelle sur deux axes: mobilisation extra-corporatiste (des propriétaires) et discours terroir/100% à l'attention du politique. Contournement des règles de représentation corporatistes: alliance extra-régionale pour contrer la hiérarchie cantonale. Contournement des règles cantonales d'assemblage avec la mobilisation (de l'esprit) des règles fédérales et européennes du 100%. Complément de règles cantonales avec la création de l'association de propriétaires. Complément avec l'autolimitation du 100%. Stratégie sélective: jeu d'acteurs focalisé sur le périmètre de Féchy, mais pas de contestation des grands crus et 1 ^{ers} grands crus.

⁷² Ainsi qu'aux autres boissons alcooliques (à l'exception des bières et vins) provenant de Féchy, ce qui concerne essentiellement le marc.

Variable		Description
<i>Dépendantes</i>	Dimensions de régulation	Durcissement des règles d'appartenance (DR1) avec la consolidation du périmètre foncier de l'appellation. Renforcement (affiché) des règles d'exploitation (DR2) avec la demande du «100%» Féchy. Renforcement (réel) modéré des règles d'entretien avec le 60-40. Affaiblissement des règles d'arbitrage (DR3) légitimes, assuré normalement par la CIVV, en invoquant la non-représentation des propriétaires fonciers. Nouvelles règles d'arbitrage (provisoires), ouvertes à d'autres acteurs (de Féchy, mais aussi politiques) et rendues publiques (contrairement au huis clos corporatiste prévu).
	Constituants touchés	Accent sur les dispositions de réception: communication sur le terroir, appui sur l'étude des sols, communication actuelle sur les lieux-dits. Sensibilisation des consommateurs au «bradage du terroir» <i>via</i> les médias. Accent sur les infrastructures: consolidation du périmètre aux parcelles de Féchy selon définition du RAOVV de 1985. Mobilisation des propriétaires fonciers. Peu de travail sur les savoir-faire: l'étude des sols est ainsi surtout mobilisée à l'attention des consommateurs, pas des producteurs.

8.4 DISCUSSION DE L'ARL DE FÉCHY

L'arrangement de régulation localisé (ARL) de cette étude de cas se compose particulièrement rapidement et produit ses effets durant le temps court de la réforme, des effets qui se traduisent immédiatement dans le contenu substantiel de cette dernière. Si la dynamique collective et les institutions de l'ARL mises en place subsistent en partie après la réforme et continuent de façonner la ressource – par l'accent porté sur les lieux-dits – cet aspect de la vie de l'ARL déborde du cadre de la présente analyse.

La coalition d'acteurs qui élabore l'ARL se saisit de la régulation cantonale à un moment où celle-ci s'ouvre et s'apprête à être modifiée en profondeur. L'essentiel du travail des acteurs peut être considéré comme un «jeu sur le périmètre» de la ressource. Durant cette fenêtre temporelle courte, les acteurs concrétisent l'opportunité de rendre la ressource plus exclusive, en leur faveur, mais le travail sur les règles cantonales impose qu'ils redéfinissent au préalable les valeurs attendues de la ressource, leur combinaison et leur équilibre relatif. Les valeurs économiques – les flux de revenus liés aux activités vitivinicoles ainsi que la valeur économique du foncier – restent leur préoccupation principale, mais ils effectuent le choix stratégique et radical d'un retournement à 180°, tournant le dos à la «pompe à argent» du 49-51 pour se faire les (nouveaux) chantres du 100%. Ce repositionnement leur permet également d'anticiper favorablement les réformes à venir du régime du vin et des appellations en Suisse. Ce pari stratégique explique également pourquoi la perte du label

AOC (cf. chapitre précédent) – qui accordait la définition juridique formelle d'appellation à la ressource –, si elle est regrettée par les acteurs, ne constitue pourtant pas un enjeu déterminant dans la mesure où les futures réformes du régime d'AOC viticoles pourraient le faire « revenir » vers le périmètre des lieux de production⁷³.

Le nouvel équilibre des valeurs, qui accorde davantage de place aux valeurs symboliques (paysage identitaire, réputation de l'appellation) et sensorielles (expression du terroir, même si cette modalité sensorielle en reste à un niveau très général, fondé sur l'amélioration du potentiel d'expression du terroir sur la base de l'étude des sols), leur offre la possibilité d'élaborer l'organisation formelle et les alliances (informelles) nécessaires pour mener à bien leur opposition.

Le discours en faveur de la défense du terroir permet aux acteurs de Féchy de mobiliser en leur faveur l'esprit des normes fédérales (10 % de coupage maximum pour les AOC) et européennes (100 %) qui ont initié le processus de réforme, et auxquelles l'agrandissement prévu des zones d'appellation apporte une réponse formellement acceptable mais qui en détourne clairement le sens (renforcer l'authenticité).

La synthèse offerte dans le Tableau 5 montre que le processus qui donne à l'ARL de Féchy les moyens de se mettre en place et d'ériger une ressource plus exclusive que ce que prévoit la coalition adverse, formée autour de familles du négoce et initiatrice du projet de réforme, se fonde sur une mobilisation ingénieuse des ressources d'action et une créativité institutionnelle articulée en deux axes.

Premièrement, c'est la mobilisation substantielle de ressources humaines et d'informations (sur le terroir et les AOC) – conduite par une poignée d'acteurs et surtout un meneur –, combinée aux infrastructures (propriété du foncier), qui permet de lancer la dynamique collective. L'activation de la ressource infrastructure sous l'angle de la problématique de la valeur du foncier favorise par la suite l'alliance avec des vignerons du Chablais et du Lavaux. Deuxièmement, les acteurs parviennent à se doter de ressources d'action supplémentaires décisives, en formant un consensus local, en créant l'association (organisation) et en obtenant enfin un soutien politique – recherché initialement, mais en vain auprès du Conseil d'État – lorsqu'ils exposent l'arbitrage corporatiste au débat public (presse et intervention d'un député). La combinaison habile de ces ressources permet aux acteurs de s'opposer avec succès aux ressources juridiques – pourtant prépondérantes dans le jeu politico-administratif (Knoepfel *et al.*, 2006, p. 72) –, en consensus, humaines et temporelles dont dispose la coalition rivale et fortement majoritaire.

Cette combinaison de ressources d'action alimente une créativité institutionnelle qui se déploie sur deux axes. D'une part, *via* une mobilisation

⁷³ Dans le cas où ils seraient déjà plus proches des exigences d'assemblage d'un régime AOC fondé sur une logique de 100 %. Entretien avec le meneur des vignerons de Féchy.

extra-corporatiste (en réunissant les propriétaires fonciers) et, d'autre part, au travers d'un discours « 100 % » terroir. Ces deux mouvements permettent aux acteurs de Féchy de contourner les règles de représentation corporatiste prévues par le régime vaudois. L'association formelle avec les propriétaires fonciers, qui complète localement et à l'initiative des acteurs de Féchy les règles cantonales d'organisation de la filière, et l'alliance informelle avec d'autres régions (Chablais et Lavaux), permettent d'attaquer la légitimité de l'organisation (institutionnelle) de la préparation de la réforme et de mettre en avant un point sensible politiquement (la valeur foncière) dans un débat jusqu'ici centré sur la filière. Sur le fond, la position en faveur du 100 %, qui constitue également un complément informel à la réglementation cantonale sur les assemblages, affaiblit la légitimité substantielle du projet de règlement voulu par la famille de l'encavage.

La créativité des acteurs s'accompagne d'une sélectivité dans les cibles de l'action collective: les forces se concentrent sur un objet de la réforme, qui touche le plus directement la définition de la ressource, renonçant à combattre les autres (en l'occurrence, la nouvelle pyramide de différenciation des vins).

La régulation caractérisant cet arrangement et qui résulte de l'ingénierie institutionnelle mise en place par le groupe d'acteurs de Féchy touche essentiellement les dispositions de réception des consommateurs et les infrastructures de la ressource. En effet, l'association s'appuie sur un travail de communication important (presse et pétition notamment) qui narre les qualités du terroir de Féchy. L'expression du terroir de Féchy en tant que valeur sensorielle – appuyée sur la caution de travaux scientifiques – occupe le discours à l'attention du public et des acteurs politiques, mais ne fait pas l'objet d'une concrétisation dans la régulation locale⁷⁴ des savoir-faire. En outre, ce sont essentiellement les infrastructures foncières qui sont au cœur de l'articulation que l'arrangement opère avec les dispositions de réception: tout l'ARL est tendu vers la consolidation du périmètre de la ressource et le renforcement de son exclusivité.

En termes de dimension de régulation (DR1-3), la consolidation de l'exclusivité se traduit concrètement par le durcissement des règles (formelles) d'appartenance à la ressource (DR1). Par la fixation du périmètre sur les limites prévues par le RAOVV de 1985, l'appartenance à la ressource est refusée aux propriétaires de vignobles avoisinants que la réforme prévoyait d'inclure. En revanche, les règles d'exploitation (DR2) restent permissives, précisément pour équilibrer l'exclusivité accrue de l'appartenance. Si les acteurs de Féchy défendent initialement des droits d'usage impliquant des règles d'entretien (DR2) beaucoup plus exigeantes – le 100 % obligeant de fait les « exclus » du périmètre à acheter la totalité du raisin sur les parcelles de Féchy pour pouvoir accéder aux

⁷⁴ Comme on peut parfois les observer dans d'autres cas, notamment en Valais (voir les chapitres correspondants).

valeurs de la ressource – la souplesse finale du 60-40 réduit considérablement les charges d'entretien de la ressource pour ses usagers. Simultanément, le mécanisme multiplicateur du 60-40 accroît le cercle des usagers de la ressource, parmi l'ensemble des acteurs (producteurs, courtiers, consommateurs). Enfin, durant la période de mobilisation intense de la réforme, l'ARL construit par les acteurs de Féchy parvient à la fois à affaiblir les règles d'arbitrage (DR3) relatives à la définition des droits d'usage de la ressource et à en instaurer d'autres. La légitimité du groupe de travail de la CIVV – compétent pour arbitrer et redéfinir les règles d'appartenance et d'exploitation/d'entretien de la ressource et, incidemment, dans ce contexte de réforme, également pour arbitrer les conflits d'attribution des droits d'usage – est contestée, et les acteurs parviennent finalement à en forcer l'accès. Les règles d'arbitrage résultant de la mobilisation s'ouvrent dès lors à d'autres acteurs, notamment politiques (députés), et la procédure elle-même devient provisoirement publique (contestation dans la presse, etc.) ce qui modifie le rapport de force du huis clos corporatiste.

In fine, nous estimons que la clé de voûte qui permet à l'ARL de Féchy de maintenir cette exclusivité face à un large consensus corporatiste, réside spécifiquement – en plus bien sûr de l'ensemble du jeu d'acteurs détaillé jusqu'ici – dans l'équilibre de la répartition des valeurs permis par le mécanisme du 60-40 (indépendamment de la tentative de modifier le règlement avant sa consultation, voir Encadré 14).

Ce compromis dans la distribution des valeurs (présenté comme un double mouvement dans le chapitre précédent) renvoie à ce que nous qualifions de triple paradoxe de l'usage du chasselas dans les appellations vaudoises. Les acteurs de la filière soulignent volontiers la capacité fantastique du chasselas – en tant que cépage non aromatique – à favoriser l'expression des variations de terroir. Parallèlement, de nombreux acteurs (les mêmes parfois) indiquent qu'on reconnaît surtout le style du vigneron et moins les variations de terroir en buvant le vin. Si l'on ajoute à cela le fait qu'une même entreprise est responsable de l'essentiel du profil organoleptique de nombreux chasselas d'une même région, l'intérêt d'une différenciation fondée sur les appellations et ciblant avant tout les infrastructures (par le foncier) et les dispositions de réception (par le discours) prend tout son sens.

CHAPITRE 9

ÉTUDE DE CAS II - L'APPELLATION LAVAUX

9.1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

Le vignoble de Lavaux forme la seconde plus importante région viticole du canton de Vaud, avec 809 ha¹. Ce vignoble en terrasse comporte une dimension paysagère majeure qui a entraîné sa mise sous protection par des restrictions d'usage du foncier depuis 1979, à la suite d'une initiative populaire cantonale² (de Fossey, 2004). En 2007, le site a été inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco, ce qui a consacré la portée internationale des valeurs paysagères qui découlent de la production de vin sur les coteaux en terrasses de la région. Le Lavaux, qui compte sept appellations de lieux de production³, présente en outre la particularité cantonale d'inclure deux appellations de cru en son sein. Toutes deux, le Dézaley (56 ha) et le Calamin (13 ha), ont fortement contribué à l'image de qualité des vins de la région, bien que le Calamin bénéficie surtout d'une notoriété régionale (romande) du fait de la dimension confidentielle de sa production.

Or, comme nous l'avons montré plus tôt, la réforme de la réglementation des appellations vaudoises de 2009 transfère l'AOC à la seule région viticole de Lavaux, les sept lieux de production de la région et les deux appellations de cru (Dézaley et Calamin) voyant quant à eux ce statut de différenciation (d'appellation d'origine protégée) remplacé par celui de simple mention de lieu de production (voir le chapitre 7). La perte du statut d'AOC et la dissolution de la différenciation réglementaire pour ces deux prestigieuses appellations de cru fait l'objet d'une mobilisation intense des producteurs dans le but de récupérer les valeurs symboliques perdues. La question de l'agrandissement de l'aire des

¹ <http://www.vd.ch/themes/economie/agriculture/lagriculture-pour-les-profanes/les-differentes-productions-agricoles/production-vegetale/viticulture/>.

² Initiative populaire cantonale « Sauver Lavaux », à l'origine de la loi du 12 février 1979 sur le plan de protection de Lavaux, RS VD 701.43.

³ Pour rappel : Lutry, Villette, Epesses, Saint-Saphorin, Chardonne, Vevey et Montreux.

appellations les plus porteuses est également discutée en 2009 et partiellement acceptée par les producteurs locaux, ce qui se traduit par une redéfinition modeste des périmètres d'Epesses et de Saint-Saphorin.

La temporalité de cette étude de cas est inscrite également dans le sillage de la réforme vaudoise de 2009, mais elle donne lieu à deux ARL bien distincts, qui correspondent à la définition de ressources distinctes elles-aussi : le premier arrangement porte uniquement sur les appellations Dézaley et Calamin et le second sur celle de Lavaux. Malgré cette dualité interne, nous avons choisi de considérer qu'il s'agissait d'un seul cas, dans la mesure où la réforme de 2009 transfère le label AOC vers la région viticole Lavaux et que c'est au sein de cette dernière que se mettent en place les jeux d'acteurs qui redéfinissent les ressources Dézaley et Calamin. Précisons d'emblée cependant que si l'ARL de ces deux appellations est bien délimité et identifiable, celui correspondant à la ressource Lavaux est en revanche encore à un stade d'élaboration à l'heure de la recherche de terrain (2014). Ce caractère encore fragile n'enlève toutefois rien aux enseignements qu'on peut en tirer, notamment en ce qui concerne l'importance des valeurs symboliques dans la mobilisation des acteurs, décisives pour les deux arrangements.

9.2 ACTEURS ET RIVALITÉS

Les jeux d'acteurs du cas de Lavaux se structurent essentiellement sur des rivalités géographiques internes, liées à l'appartenance – par la propriété ou la location de vignes – et aux droits d'accès et d'usage des appellations⁴ de lieux de production de cette région. À la différence de Féchy, et même si une partie des rivalités porte sur des problématiques identiques (la perte de l'AOC pour les appellations et l'agrandissement du périmètre des plus porteuses économiquement), les oppositions ne sont pas aussi schématiques entre les familles (négoce *vs* production), mais bien plus imbriquées entre divers types d'acteurs de la filière. Cela tient en partie au fait que les vigneron-encaveurs sont relativement nombreux dans la région, même si le négoce – des entreprises implantées localement pour l'essentiel – écoule environ 60% des vins de Lavaux⁵. À ce titre, une rivalité transversale est liée à la difficulté pour les producteurs locaux de couvrir les coûts de production, particulièrement élevés étant donné la nature du terrain, avec le prix du raisin (ou du vin vendu en vrac). L'introduction du 60-40 en 2009 a rapidement exacerbé cette rivalité qui oppose les vigneron (et certains vigneron-encaveurs) de la région aux entreprises de négoce à qui ils fournissent du raisin ou du vrac. De fait, l'ingénierie institutionnelle fine des anciennes restrictions d'assemblage régionales, qui s'ajoutent à la règle générale du 49-51 (voir le chapitre 7, point 7.3.5) – comme

⁴ Devenues techniquement des « mentions » après la réforme de 2009.

⁵ Selon le président de la communauté des vins de Lavaux.

le fait de limiter à 30 % la proportion de vin de Vevey pouvant être assemblée à de l'Epesses et uniquement pour du vin ouvert – avaient pour effet de segmenter le marché et d'instaurer des paliers de prix, en fonction des origines du raisin.

« Ces restrictions structuraient le marché, maintenant c'est terminé [...]. Le lissage des prix vers le bas a été très important en 2009. Avant, on avait une segmentation pyramidale [avec les restrictions d'assemblage propres à chaque région] mais avec le 60-40, on prend simplement le moins cher de la région pour l'assemblage, ce qui tire les prix vers le bas. »⁶

De fait, les appellations de lieux de production de Lavaux reposaient, à travers le règlement (RAOVV) de 1985, sur une hiérarchie symbolique (de réputation) et économique (au travers du prix du raisin et du vin) bien définie: le sommet avec les appellations de crus (selon les art. 17 à 26 RAOVV 1985) Dézaley et Calamin, puis les appellations les plus porteuses, Epesses et Saint-Saphorin en premier lieu, suivies par Villette et Chardonne, dont la réputation et le prix sont légèrement inférieurs. Ces quatre bénéficient toutefois du même statut (qui institutionnalise leur position hiérarchique) en termes de droits d'assemblage. Enfin viennent les lieux de production périphériques que sont Lutry, Vevey et Montreux, communément appelés les « ailes » par les acteurs locaux: ces dernières bénéficient de façon limitée du jeu des assemblages avec les appellations porteuses. C'est là que le raisin est le moins bien payé.

Comme dans le cas de La Côte, un des projets portés initialement par le négoce pour réformer les appellations de Lavaux consiste dès lors à ne garder que les deux appellations les plus porteuses, c'est-à-dire à étendre Epesses jusqu'à Lutry et Saint-Saphorin jusqu'à Montreux⁷. Finalement le territoire d'Epesses et Saint-Saphorin n'est que légèrement étendu.

La logique du multiplicateur commercial du 60-40, adoptée pour compenser le non-agrandissement des appellations porteuses, n'a, semble-t-il, pas permis d'atteindre les effets escomptés en termes économiques. Les parts de marché des deux appellations porteuses, si elles ont été maintenues, n'ont pas été accrues suffisamment pour contrebalancer la perte correspondante des appellations intermédiaires et des ailes:

« On a moins produit de Villette, de Chardonne et de Lutry, mais finalement on n'a pas vendu davantage d'Epesses et de Saint-Saphorin, dont le prix a baissé. [...] À 45 000 – 50 000 francs de coûts d'exploitation par hectare, si le kilo de raisin est payé à moins de 4 francs, à raison d'environ 1,1 kg au mètre carré, on ne s'en sort pas. »⁸

⁶ Entretien avec le président de la Communauté de la vigne et du vin de Lavaux (CVVL).

⁷ Entretien avec un négociant de Lavaux. Également évoqué dans le quotidien *24 heures* du 8 décembre 2014.

⁸ Entretien avec le fondateur de la Baronnie du Dézaley.

Du point de vue des producteurs locaux, notamment des « ailes », l'échec de la réforme devient clair après environ trois millésimes qui sont pourtant dans les normes en termes de quantité et de qualité, ce qui renforce la rivalité sur le volume absolu et la distribution des flux financiers (valeurs économiques) : globalement, les prix ont baissé. Cette pression accrue sur la rentabilité, soulignée par de nombreux acteurs, se traduit par le manque de relève des exploitants existants et, dans les cas les plus difficiles, par l'abandon de certaines vignes, ce qui soulève des questions délicates quant à la pérennité de la production de valeurs paysagères (de Fossey, 2004).

En revanche, les enjeux liés à la recherche de valeurs paysagères, qui ont mené à l'inscription du site de Lavaux au patrimoine mondial de l'Unesco en 2007, ont fait naître un acteur institutionnel nouveau, extérieur à la filière vitivinicole elle-même. Celui-ci, préoccupé au premier chef par les risques que la baisse de la rentabilité du vignoble fait peser sur l'entretien du paysage⁹, joue un rôle clé dans l'apaisement des rivalités géographiques de la région et dans la production de consensus dans l'ARL naissant.

Enfin, la nouvelle mention qualitative du Grand cru, issue de la réforme de 2009, engendre des rivalités sur deux fronts. Elle oppose à la fois le négoce aux vigneron-encaveurs locaux, avant tout ceux du Dézaley et du Calamin, et ces derniers à des producteurs des lieux de production du canton n'ayant eu jusqu'alors peu ou pas accès à des valeurs symboliques de type « vin d'exception », telles qu'elles sont attendues du label Grand cru. La divergence centrale dans le dispositif réglementaire du Grand cru porte sur l'absence de lien à un terroir spécifique, dans la mesure où n'importe quel lieu de production peut accéder à la différenciation de ce label en accroissant le seuil de maturité du raisin de 5° Oechsle et en renonçant aux 10 % de droits de coupage. Une rivalité identique porte sur le 1^{er} Grand cru pour les mêmes motifs, bien résumée par la formule d'un vigneron-encaveur de Lavaux : « *Ce n'est pas fermé comme cercle, donc on peut en avoir 50 [1^{er} Grand cru] dans dix ans* ».

C'est précisément cette rivalité, liée à la question de l'exclusion de l'accès à la ressource, qui est au fondement de l'ARL qui s'élabore pour le Dézaley et le Calamin.

9.3 L'ARL DU DÉZALEY ET DU CALAMIN

La redéfinition de la ressource formée par l'appellation Lavaux commence par la consolidation des deux appellations de cru Dézaley et Calamin. Leur surface est très modeste (respectivement 56 ha et 13 ha), mais ces deux appellations produisent des valeurs symboliques et sensorielles exceptionnellement élevées

⁹ Entretien avec le gestionnaire du site et objectifs de l'association : <http://www.lavaux-unesco.ch/fr/N3964/association-lpm.html>.

parmi les vins vaudois issus de chasselas. Les acteurs locaux se mobilisent, dans un premier temps, pour récupérer et sécuriser les valeurs symboliques de ces deux appellations, privées du label AOC au profit de la région viticole de Lavaux en 2009.

9.3.1 Perte de valeur symbolique par l'affaiblissement de l'exclusivité

La perte de l'AOC pour le Dézaley et le Calamin pose un double problème pour les usagers de ces deux appellations.

Le premier découle de la perte de la valeur symbolique de réputation de l'appellation directement associée au label AOC pour les producteurs: les deux appellations sont, selon eux, les seules du canton à correspondre à un terroir clairement défini en termes de qualité du sol. La mention de cru (voir *infra*) souligne ce caractère unique et renforce la différenciation. La légitimité et l'objectivité de ces deux terroirs de Lavaux ressortent clairement de l'étude des terroirs vaudois, selon l'un des meneurs de la coalition d'acteurs aboutissant à cet arrangement: «*On a fait l'étude terroir, qui identifie clairement les terroirs de Lavaux, dont le Dézaley et le Calamin, mais on a jamais voulu reprendre ses résultats pour le canton, même si on sait maintenant où sont les bons terroirs*»¹⁰. La perte de l'AOC prive ces deux ressources de leur principal support institutionnel de différenciation et d'une valeur symbolique considérée comme indispensable.

Le second problème renvoie à la mise en concurrence avec tout le reste du vignoble vaudois pour l'usage différenciant de la mention de Grand cru. Un producteur de Dézaley recourt à une image sans équivoque pour qualifier l'effet de la nouvelle logique de mention Grand cru: «*C'est comme si on nous noyait dans une grande baignoire de Lavaux, malgré le fait qu'on produise encore du Dézaley*». Concrètement, la version de 1985 du RAOVV accorde un statut unique aux deux appellations Dézaley et Calamin, en les définissant explicitement comme appellations de cru (et en fixant les limites territoriales individuelles et concrètes correspondantes, à l'art. 24 RAOVV). Ce faisant, et au même titre que les autres appellations de cru (clos, château, domaine, etc., définies selon une logique générale et abstraite aux art. 18-23 RAOVV 1985), le Dézaley et le Calamin peuvent utiliser la mention de «Grand cru» (art. 26 RAOVV) pour renforcer leur différenciation. Or, le règlement de 2009 met un terme à cette exclusivité en permettant à tous les lieux de production du canton d'accéder – sous conditions, on l'a vu, de degrés supplémentaires et de coupage restreint – à ce label. En outre, alors que le règlement de 1985 définit des appellations de cru (chapitre II RAOVV), celui de 2009 ne prévoit plus que des mentions de cru, une terminologie qui souligne et renforce la perte symbolique de l'AOC.

¹⁰ Entretien avec un vigneron-encaveur de Lavaux.

Un des vigneron-encaveurs résume ainsi le problème d'affaiblissement de l'exclusivité, le « mélange avec les autres » :

« J'ai posé la question [aux autres délégués de la CIVV] si tout le vignoble vaudois mérite l'AOC. Ils ont dit oui et puis finalement on a fait du Grand cru partout. Certains négociants ont dit "on leur donne un sucre avec le Grand cru, et après on peut faire des assemblages". Mais c'est uniquement des mentions Grand cru. Il n'y avait que deux AOC Grand cru, c'est le Dézaley et le Calamin, mais ils nous ont mélangés avec les autres, alors on a dû batailler et on a pu récupérer l'AOC. Avec la mention, c'est n'est même pas l'AOC qui est Grand cru, c'est le vin, parce qu'il a cinq degrés de plus. [...] C'est ridicule, on est à 90 % de Grand cru dans le canton¹¹. On a mélangé une mention à une notion de reconnaissance du terroir. Le degré Oechsle n'est qu'un des éléments de la qualité d'un vin. »¹²

Dans le cadre du processus de réforme et malgré toutes leurs tentatives, ces acteurs de Lavaux ne parviennent pas à conclure les alliances nécessaires pour obtenir que la CIVV abandonne la logique de la mention Grand cru. Celle-ci est défendue par le négoce et par les producteurs de certains lieux de production, notamment parmi ceux qui sont les moins « porteurs », qui la considèrent comme un outil de différenciation favorable : *« Ça plaisait pas aux appellations phares, mais tous les autres étaient pour. Chacun peut arriver à faire du Grand cru avec des conditions [climatiques] favorables »¹³*. Il apparaît effectivement (les entretiens convergent sur ce point) que le négoce est alors essentiellement intéressé par la mention de premier Grand cru (voir chapitre 7), le Grand cru n'étant qu'un dispositif introduit comme compensation, cette mention valorisante intermédiaire devant idéalement permettre aux lieux de production déçus par la perte de l'AOC et à ceux souhaitant se démarquer des règles d'assemblage du 60-40, de pouvoir se différencier. Ce « sucre » permet à tout le moins de rallier une majorité de producteurs en faveur de la logique d'une mention Grand cru. Dès son introduction, des lieux de production de La Côte en font un usage marqué, parmi les « ailes » notamment, mais pas uniquement, alors que ceux de Lavaux ne souhaitent pas l'employer pour se différencier. Cette différence de perspective explique en bonne partie l'échec de la mobilisation de Lavaux face au Grand cru durant la phase de réforme, comme le résume un membre du groupe de travail de la CIVV : *« Les alliances avec La Côte n'ont pas marché pour s'opposer au Grand cru, parce que certains lieux de production avaient intérêt à utiliser la mention Grand cru »*.

¹¹ Selon rapport vendange 2012 : 4 millions de litres de chasselas ont été produits aux exigences AOC et 15 millions de litres à celles du Grand cru.

¹² Entretien avec le vice-président de la CIVV en 2009.

¹³ Entretien avec un vigneron-encaveur de Lavaux.

Ce n'est que quelques années après l'entrée en vigueur de la réforme que les producteurs du Dézaley et du Calamin parviennent à construire une nouvelle mobilisation afin de regagner l'AOC ainsi qu'un statut de Grand cru exclusif. L'un des meneurs résume :

« On s'est dit il faut trouver une combine pour retrouver l'AOC et le Grand cru, d'autant plus que la réglementation Grand cru est désormais mauvaise. On était des vrais Grand cru par le terroir et on se retrouvait noyé dans ce Grand cru technique par le degré Oechsle. »

9.3.2 La Baronnie du Dézaley

L'une des principales pièces institutionnelles de l'ARL est formée par une douzaine de producteurs, vigneron-encaveurs et négociants, regroupés au sein d'une association au titre imposant, la Baronnie du Dézaley.

La Baronnie glorifie le « mythe » du Dézaley, dont la mise en valeur des vignes remonte au XII^e siècle, avec ses coteaux vertigineux (50° de pente parfois) et son paysage en terrasses caractéristique et synonyme de travail manuel. L'association est créée en 1994, à l'initiative de quelques producteurs du cru. Elle se fixe pour but de « conférer toutes ses lettres de noblesse au Grand Cru du Dézaley, vin mythique célébré depuis un millénaire »¹⁴. Une charte est signée par chacun qui lie les membres à des pratiques de qualité visant à orienter l'usage des infrastructures selon les principes de la Baronnie pour la ressource « Dézaley–Grand Cru ».

Dès sa création, ce projet et la stratégie de différenciation qu'il porte pour la ressource ne font pas l'unanimité parmi les producteurs de l'appellation. Le concept-même de baronnie est perçu par certains comme étranger à la tradition locale (et donc factice) en plus d'être relativement pompeux. De fait, la Baronnie est explicitement créée dans une optique promotionnelle et commerciale, et poursuit par conséquent une hiérarchie de valeurs différente de celle de son principal *alter ego*, l'Association de l'appellation Dézaley–Grand Cru, qui fonctionne selon une logique plus corporatiste (voir point suivant). Un des fondateurs de la Baronnie souligne que celle-ci a été « voulue dès le départ comme un élément de promotion du Dézaley, sur un plan commercial, alors que l'association Dézaley c'est une association professionnelle »¹⁵.

Quoi qu'il en soit, le choix sémantique de « la Baronnie » et l'image qu'elle communique traduisent bien l'ampleur des valeurs symboliques dont bénéficient ceux qui ont accès à la ressource de l'appellation Dézaley. La production des « Barons » représente désormais environ 40 % du Dézaley mis en bouteille.

La Baronnie ne compte que douze membres, à dessein : la promotion se fait par caisses de douze bouteilles, chacune issue d'un des membres, vendue par

¹⁴ [Http://www.baronnie.ch](http://www.baronnie.ch).

¹⁵ Entretien avec un des membres fondateurs de la Baronnie.

chacun d'eux. Lorsqu'un membre a dû être exclu pour ne pas avoir respecté la charte, il a fallu en retrouver un autre afin d'avoir un assortiment complet. Cette structure collective se retrouve également dans la centralisation (partielle) des carnets d'adresses respectifs pour les commandes de vins de la Baronnie, ce qui élargit et facilite le potentiel de distribution de chacun¹⁶.

Concrètement, les règles mises en place par la Baronnie ciblent essentiellement les dispositions de réception des consommateurs pour assurer la production de valeurs symboliques de vin d'exception et d'autonomie, et de valeurs sensorielles d'expression du terroir et de sa complexité.

Le président de la Baronnie souligne que l'outil de la charte a été le fondement de l'association : « *On a proposé dès le départ une charte. La charte, c'était pour montrer qu'on met en valeur le terroir [...]* ». La charte¹⁷ défend explicitement la diversité des crus de l'appellation, fixe des pratiques dédiées à la qualité des vins et à la production de valeurs symboliques et sensorielles, et apporte une régulation locale supplémentaire aux conditions d'usage et d'entretien de la ressource, régulation formalisée en partie seulement. Y sont notamment définis les principes de l'échange et de la mise en commun de savoir-faire entre les membres (dégustations communes à l'aveugle, contrôle collectif des vignes, etc.). La charte formule des prescriptions quant au mode de culture (ainsi la densité minimale) et à la mise en bouteille qui doit impérativement se faire sur le site. Seul le chasselas est autorisé à porter le label qui a pour but de différencier les vins en tant que vins de garde, dans des bouteilles produites exclusivement pour l'association et marquées de son logo. Une dégustation de contrôle sanctionne la qualité des vins avant l'attribution du label, et les vins qui obtiennent cet agrément ne peuvent être mis sur le marché qu'après le 1^{er} juin, un délai qui suit de plusieurs mois la commercialisation des premières bouteilles du millésime et qui permet au vin de se reposer, favorisant l'expression des valeurs sensorielles.

La Baronnie accorde ainsi une certaine importance à la régulation du profil sensoriel des vins, mais ménage simultanément l'autonomie de chacun :

« Le but est de mettre en valeur le Dézaley, tout en laissant à chacun la possibilité de garder sa façon de produire. On n'intervient pas là-dessus. Quand on déguste, à l'aveugle, on essaie seulement de trouver le petit défaut du vin. Ensuite, on a un débriefing et le producteur peut corriger et resoumettre son vin s'il n'est pas accepté. Il faut que le vin soit accepté en dégustation pour être agréé. C'est arrivé une fois qu'un vin soit pas qualifié au final et ne puisse pas être vendu dans la bouteille de la Baronnie. »

Une fois que le vin passe le test de la dégustation, il peut être mis en bouteille dans le contenant distinctif qu'est la bouteille de la Baronnie. En outre, et afin d'éviter toute confusion si un membre devait mettre en bouteille son Dézaley

¹⁶ Entretien avec le président de la Baronnie.

¹⁷ <http://baronnie.ch/la-charte-de-qualite/>.

plus tôt (*i. e.* avant le contrôle et le délai prévus par la charte), chaque membre doit avoir une étiquette dédiée à la Baronnie, déclarée auprès de cette dernière et liée à la bouteille distinctive. L'ensemble de ces procédures d'agrément et d'usage du contenant distinctif sont réglées par un règlement interne informel et ne sont pas fixées dans la charte.

Depuis 2004, la différenciation des vins de la Baronnie s'appuie sur un outil supplémentaire qui renforce la volonté de mettre en valeur le potentiel de garde de ses crus. Il convient de souligner ici que le chasselas vaudois est rarement considéré – et promu – comme un vin de garde, mais bien davantage comme un vin dont les valeurs sensorielles, même si elles permettent une fine expression du terroir, sont généralement celles d'un vin de soif et facile à boire. En revanche, la notion de vin de garde correspond au sommet de la hiérarchie des valeurs sensorielles et aux valeurs symboliques des vins d'exception, associée par exemple aux grands vins de Bourgogne qui atteignent le pic de leur expression parfois seulement après plusieurs décennies de repos en cave, pour les meilleurs millésimes. En s'efforçant de promouvoir cet aspect des vins, la Baronnie vise la production de valeurs symboliques supplémentaires.

Concrètement, l'association sélectionne chaque année des représentants des «grands millésimes» parmi les vins du Dézaley. Il s'agit de démontrer que «*le terroir du Dézaley permet de produire de grands vins de garde appartenant au cercle des plus grands vins blancs internationaux*». Les vins doivent avoir au moins six ans et sont évalués selon leur capacité à exprimer le plus fidèlement les caractéristiques du terroir, selon l'appréciation d'un jury de professionnels (œnologues, sommeliers, etc.) composé pour l'occasion. Une des originalités du dispositif réside dans son ouverture (relative) aux non-membres de la Baronnie. En effet, la commission de dégustation fonde son opinion des millésimes en dégustant quatre vins du Dézaley, dont deux seulement sont produits par des membres de l'association. «*Le but est d'identifier le meilleur millésime du Dézaley, pas le meilleur producteur*» souligne le président. Ce mode de fonctionnement, tout comme le règlement de la procédure de sélection des vins «classiques» de la Baronnie fait l'objet d'une procédure informelle faisant consensus entre les membres, sans critères de dégustation codifiés. *In fine*, seuls les millésimes obtenant cinq étoiles à l'issue de la dégustation sont considérés comme un «grand millésime». Chaque année, ceux qui ont obtenu moins d'étoiles sont dégustés à nouveau. Cette façon de faire permet de ne pas «rater» les meilleurs vins, pour lesquels le développement des arômes tertiaires¹⁸ – qui sont recherchés en l'occurrence – prend plus de temps, sachant que «*la qualité d'un grand millésime c'est qu'il vieillit plus lentement*»¹⁹.

¹⁸ La dégustation d'un vin classe les arômes selon trois origines. Les arômes primaires sont ceux qui sont propres au cépage, les arômes secondaires sont liés à la vinification, et les tertiaires apparaissent du fait de l'évolution du vin durant son vieillissement.

¹⁹ Entretien avec le président de la Baronnie.

Les lauréats des «grands millésimes» portent des signes distinctifs supplémentaires sur la bouteille de la Baronnie – «capsule griffée, cravate verte et cachet de cire millésimé» –, et sont conditionnés dans des caisses en bois spécifiques²⁰. Au total, la promotion et la distribution de ces vins passent notamment par un travail de placement ciblé sur le haut de gamme, par exemple sur la carte de chefs cuisiniers renommés de Suisse.

Ce travail de différenciation porte ses fruits en termes de flux de revenus pour les producteurs impliqués. Le président relève que s'il convient de préserver l'autonomie des choix de chacun, tous sont cependant invités à oser valoriser commercialement leur production :

« On encourage à vendre à bon prix. Au début on avait des copains qui vendaient à 15 francs, on a réussi à leur faire vendre à 18 francs, mais ils avaient peur. Et certains vendaient une partie en baronnie et l'autre en Dézaley–vrac et maintenant plus personne ne vend en vrac, donc l'effet a été remarquable. On a réussi à valoriser la production, mais chacun reste libre de faire ce qu'il veut. »

Les contributions à l'organisation collective sont faites sur la base de la bouteille vide achetée. La verrerie livre chez chacun, et la Baronnie facture ensuite individuellement aux membres, ce qui assure le contrôle de la distribution des valeurs de contenant distinctif. Des contributions en nature sont assurées par les membres pour les manifestations de promotion en Suisse. Enfin, le président souligne la vocation promotionnelle de l'association en évoquant la recherche de sponsors privés : « Plus on aura d'argent, plus on pourra faire de pub. »

Mais la structure de la Baronnie, malgré son rayonnement et la régulation locale qu'elle produit pour compléter la réglementation cantonale, ne suffit pas à pallier les problèmes posés par la réforme de 2009, liés à la perte de l'AOC et à la « grande baignoire » du Grand cru. Cette évidence amène l'association à se rapprocher des autres usagers de la ressource Dézaley pour tenter d'établir un nouveau rapport de force et d'obtenir une modification du règlement.

9.3.3 Alliance entre deux organisations rivales

Le jeu d'acteurs qui mène à l'ARL s'ancre dans l'alliance qui s'établit entre la Baronnie et l'association rivale (au sens d'une rivalité sur la conception et l'usage de la ressource, non d'un conflit), créée exactement à la même époque, qui regroupe les producteurs du Dézaley. Selon l'un des représentants de cette dernière, ces deux organisations reposent sur « des visions antagonistes » quant aux valeurs à défendre en lien avec cette appellation. De façon schématique, d'un côté, la Baronnie est l'expression d'un groupe emmené par des négociants locaux, qui poursuivent un but commercial (affiché) consistant à faire de la

²⁰ <http://baronnie.ch/descriptif/>

promotion, dans « une démarche marchande ». De l'autre côté, l'association du Dézaley regroupe des vigneron-encaveurs tournés vers des moyens objectifs d'authentification du Dézaley et qui cherchent à en « défendre l'authenticité », sans vouloir s'inscrire dans des valeurs commerciales²¹. Il apparaît, en outre, durant les entretiens que la concurrence entre ces deux organisations se double de rivalités locales entre certains producteurs, porteurs eux-mêmes de visions en partie concurrentes quant à la façon de faire du vin et d'être authentique.

Quoi qu'il en soit, le mécontentement vis-à-vis de la perte de l'AOC pour le Dézaley et le Calamin (voir point 10.3.1) est partagé et revêt une telle ampleur que les deux structures s'associent (sans pour autant cesser d'exister individuellement) afin de mobiliser une masse critique de producteurs.

Le premier mouvement de l'alliance est constitué par l'entrée du président de la Baronnie au comité de l'association du Dézaley. Certains membres de la Baronnie sont alors déjà membres individuels de l'association, mais l'enjeu porte sur l'alliance formelle entre les deux associations. Le Calamin est immédiatement inclus dans la démarche, même si sa notoriété est surtout régionale. Cette alliance formelle permet de démontrer le consensus entre les acteurs locaux sur la nécessité d'une action collective auprès du Conseil d'État.

9.3.4 Mobilisation des propriétaires fonciers

Comme dans le cas de Féchy, les meneurs de l'association réunissent l'ensemble des propriétaires fonciers des deux appellations. Ici aussi, l'enjeu du débat consiste à convaincre les intéressés de renoncer à une partie des flux de revenus pour défendre de façon crédible la requête d'un statut symbolique exclusif ancré dans la réglementation cantonale. Ainsi, les meneurs adoptent une stratégie de « 100 % » sans droits de coupage – alors même que le règlement de 2009 accorde aux grands crus 10 % de coupage issus de la même région de production. Cette stratégie a pour double objectif de renforcer la légitimité de leur demande et d'anticiper la modification à venir du régime fédéral des AOC vers le « 100 % ».

Les acteurs obtiennent les adresses des propriétaires auprès de l'Office de la viticulture et les convoquent à une présentation du projet. Concrètement, les propriétaires de Dézaley et du Calamin sont appelés à renoncer à environ 60 000 bouteilles par an (et donc à autant de parts de marché et de flux financiers), afin d'obtenir à nouveau les valeurs symboliques et l'exclusivité d'une AOC et d'un Grand cru, avec la demande d'une « AOC–Grand cru », bien distincte de la (simple) mention Grand cru prévue par le règlement de 2009.

Deux séances de discussion mouvementées entre les 160 propriétaires aboutissent à un vote, largement favorable au projet porté par les meneurs de

²¹ Entretien avec un représentant de l'association.

l'association²². Comme le souligne l'un d'eux, ce choix était loin d'être évident en termes économiques: «*On avait la notoriété, on aurait pu continuer à surfer dessus, mais on y a renoncé.*»

Sur cette base, les meneurs de l'association Dézaley constituent un dossier d'argumentation pour l'obtention d'une «AOC–Grand Cru» pour le Dézaley et pour le Calamin. Des éléments de l'étude des sols vaudois sont mobilisés ainsi que de nombreuses sources historiques attestant l'usage constant de ces appellations sur des périmètres clairement définis. L'association fait en outre appel, à ses propres frais, à un conseil juridique pour articuler au mieux les arguments et la demande avec la terminologie et la logique du règlement sur les vins vaudois. Le fait que la réglementation antérieure à 2009 reconnaissait déjà le statut d'AOC et de Grand cru aux deux appellations facilite évidemment la démonstration.

9.3.5 Construction du consensus

Une fois le dossier constitué, les meneurs de l'association – issus autant de cette dernière que de la Baronnie, ce qui renforce l'image de consensus local – se lancent dans un important travail de *lobbying* en rencontrant, lors de multiples séances, le chimiste cantonal, le conseiller d'État en charge du dossier ainsi que le chef de l'Office de la viticulture. Puis la demande formelle de modification du règlement est transmise à la CIVV. Le négoce du canton n'y est pas opposé, ce qui s'explique certainement par la petite taille des aires concernées (environ 70 ha au total), et l'enjeu consiste surtout à convaincre les vigneron·ne·s d'autres régions, parfois «*jaloux de voir une région regagner l'AOC*», selon le représentant de Lavaux à la CIVV. Trois arguments se révèlent décisifs: le fait que les zones soient objectivement bien définies (nature du sol), l'existence d'une mention de cru dans le RAOVV de 1985, et l'absence de coupage. Ne soulevant aucune opposition à la CIVV, le projet est rapidement accepté par le Conseil d'État.

La version amendée du règlement, qui entre en vigueur en juillet 2013, introduit ainsi deux régions viticoles supplémentaires dans le canton de Vaud (art. 3, al. 1, let. g-h), qui ont la particularité exclusive d'être simultanément AOC et Grand cru (art. 4, al. 1). En outre, les raisins de ces deux appellations sont soumis à des exigences qualitatives (°Oechsle minimal) supérieures à celle du Lavaux (six °Oechsle de plus pour le chasselas).

L'imbrication entre l'AOC et le Grand cru a pour effet de priver les producteurs des 10% de droits d'assemblage accordés aux vins de mention Grand cru, sachant que ces 10% doivent provenir de la région viticole porteuse de l'AOC. Ce 100% correspond ainsi à l'objectif stratégique des meneurs de la coalition locale, comme le souligne l'un d'eux: «*Depuis le Dézaley et le*

²² Entretien avec le président de la Baronnie; entretien avec le président de la CVVL.

Calamin AOC Grand cru en 2013, on peut prétendre à l'AOP»²³. Grâce à cet arrangement, les deux appellations retrouvent leur exclusivité et sortent de « la grande baignoire » de Lavaux.

Tableau 6 Synthèse de l'ARL du Dézaley et du Calamin

Variable		Description
Indépendantes	Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Coalition de vigneron (-encaveurs), négociants et propriétaires des appellations Dézaley et Calamin. Alliance entre deux associations de producteurs de ces appellations. La Baronnie et l'association du Dézaley, opposées dans leur stratégie (l'une axée sur les dispositions de réception, l'autre sur les savoir-faire) recherchent une différenciation totalement exclusive correspondant i) aux valeurs symboliques de vin d'exception et de réputation de l'appellation, et ii) aux valeurs sensorielles d'expression du terroir et complexité. Les propriétaires (et exploitants) acceptent de renoncer à des parts de revenus pour préserver les valeurs symboliques à long terme. La coalition conteste les conditions trop permissives d'accès au label Grand cru, défendues par certaines appellations de lieux de production périphériques et par le négoce dont l'accès aux valeurs symboliques des vins d'exception et à un supplément de valeurs économiques est ainsi favorisé.
	Ressources d'action	Mobilisation des ressources humaines, organisation, infrastructures (propriété foncière). Construction d'une dotation en ressources consensus (local), organisation (<i>via</i> l'intégration de la Baronnie au comité de l'association Dézaley), qui permettent enfin d'obtenir une majorité au sein de la CIVV.
	Créativité institutionnelle	Créativité institutionnelle dans l'articulation entre la régulation locale en amont et la mobilisation en aval pour le réagencement de la réglementation cantonale: la coalition utilise le support (et la légitimité) des deux associations rivales pour convaincre l'ensemble des propriétaires fonciers. Sélectivité du jeu d'acteurs visant à créer une «hybride» AOC-Grand cru totalement exclusive qui permet, de fait, de disqualifier le pouvoir de différenciation du label Grand cru. Passivité dans l'utilisation du label Grand cru pour renforcer la différenciation des « vrais » Grands crus de la région. Complément aux règles de représentation corporatistes (CIVV, CVVL, etc..) avec l'alliance Baronnie-Association Dézaley. Contournement des règles (générales et abstraites) du Grand cru par la mobilisation (de l'esprit) des règles fédérales et européennes du 100% et par la création d'un hybride individuel et concret dans la réglementation. Complément avec l'autolimitation du 100%.

²³ Selon la terminologie européenne des appellations d'origine, éventuellement à venir pour le vin en Suisse.

Variable		Description
Dépendantes	Dimensions de régulation	Durcissement des règles d'appartenance (DR1) qui deviennent totalement exclusives pour les deux appellations avec le 100 % et l'hybride «AOC-Grand cru». Le club de la Baronnie ajoute des règles d'appartenance sur la portion de la ressource qu'il exploite. Renforcement des règles d'exploitation (DR2) avec le 100 % et les seuils de maturité plus élevés ainsi qu'avec le travail de la Baronnie et de l'association Dézaley. Règles d'arbitrage additionnelles pour les vins de la Baronnie (DR3).
	Constituants touchés	Accent sur les infrastructures: consolidation ultime du périmètre des deux appellations et mobilisation des propriétaires fonciers correspondants. Accent complémentaire sur les dispositions de réception, notamment avec le travail de la Baronnie (promotion, grands millésimes). Travail marginal sur les savoir-faire par la Baronnie et par l'association Dézaley.

9.3.6 Synthèse de l'ARL du Dézaley et Calamin

Cet arrangement révèle dans quelle mesure les valeurs symboliques peuvent s'imposer à des valeurs économiques, et comment elles peuvent déterminer une dynamique collective. Comme le résume un meneur: «*On avait la notoriété, on aurait pu surfer dessus, mais on perdait en image [avec la perte de l'AOC et la "baignoire" de Grand cru]*».

La Baronnie montre l'importance que les acteurs locaux accordent aux valeurs symboliques (vin d'exception, autonomie, réputation, contenant distinctif) et sensorielles (expression du terroir, complexité) dans leur souci de maintenir leur flux de revenus. Dans un dispositif formel et informel (*via* la charte et le règlement de contrôle qui y est adjoint), cette association cible les savoir-faire des producteurs (échanges de connaissances), l'usage des infrastructures (prescriptions de production) et les dispositions de réception de consommateurs, avec le soutien d'intermédiaires prestigieux de la ressource (gastronomie étoilée). Plus concentrée sur les savoir-faire, l'association du Dézaley regroupe des acteurs locaux qui ne partagent pas – et de façon explicite pour les plus engagés – la vision promotionnelle et commerciale de la Baronnie.

Or, cet arrangement parvient à dépasser ces rivalités et à créer un niveau de consensus suffisant pour qu'une coalition émerge et se forme. Cette ressource d'action se révèle ici la plus importante. Le consensus local, entre les deux associations puis entre les propriétaires fonciers, est le principal outil qui permet d'obtenir un consensus puis une majorité au sein de l'organisation cantonale cette fois (CIVV), en défendant le 100 % notamment. Le passage du temps (trois millésimes) depuis la réforme de 2009 a permis de convaincre suffisamment d'acteurs de la nécessité d'une initiative pour différencier les grands crus locaux du reste du canton.

L'existence du mouvement local informel (Baronnie), qui travaille essentiellement sur les dispositions de réception, qui rejoint l'association du Dézaley,

plus centrée sur la régulation des savoir-faire, permet de compléter formellement la réglementation cantonale avec les bases de la régulation locale: la recherche de valeurs symboliques est si forte et si communément désirée qu'elle conduit à créer une nouvelle catégorie hybride et unique (individuelle et concrète) au sein de la réglementation. Par ailleurs, ces deux pièces institutionnelles, initialement rivales, font toujours partie intégrante de l'ARL et apportent un complément de régulation important (notamment par le travail sur les dispositions de réception qu'assure la Baronnie). Parallèlement, les acteurs locaux continuent à ignorer (passivité) les règles relatives à l'usage des mentions Grand cru pour les autres appellations de la région (Epresses, Villette, etc.) et ne recourent pas à ce dispositif pour différencier leurs vins, valorisant, en creux, les seuls « vrais » grands crus du Dézaley et du Calamin.

La créativité institutionnelle se traduit dans ce cas par la combinaison entre une régulation locale (qui opère en amont de la mobilisation collective) et le réagencement de la réglementation cantonale. L'alliance des deux associations locales est le déclencheur qui permet d'articuler ces deux niveaux, en s'appuyant sur les propriétaires fonciers. L'ARL qui en découle (voir Tableau 6) détaille plusieurs dimensions de régulation. Les nouvelles règles d'appartenance (DR1) sont particulièrement exclusives. En effet, la différenciation de la ressource s'appuie désormais sur un dispositif qui la distingue très nettement des autres appellations du canton qui font usage d'une mention de Grand cru. En l'occurrence, ce ne sont pas les appellations Dézaley ou Calamin elles-mêmes qui deviennent plus exclusives en termes d'appartenance, mais bien deux ressources « AOC-Grand cru » qui sont uniques, sachant que la réglementation ne prévoit pas que d'autres appellations du canton puissent prétendre à un tel statut. De ce fait, ces deux ressources sont totalement exclusives.

Les règles d'entretien et d'usage (DR2) sont également renforcées par l'ARL *via* l'introduction dans la réglementation de degrés de maturité plus sévères pour le raisin et surtout par l'interdiction des possibilités de coupage. En outre, la Baronnie permet de compléter localement les règles d'appartenance et d'entretien, en superposant son club exclusif à l'une des ressources et en créant de nouveaux supports de différenciation (bouteille, label grand millésime), orientés vers des valeurs symboliques supplémentaires. Les procédures de dégustation et de sélection des grands millésimes apportent également des règles d'arbitrage additionnelles (DR3).

Ce complément de régulation locale, aussi bien formelle qu'informelle, assuré par la Baronnie, du fait qu'il cible avant tout les dispositions de réception des consommateurs, favorise la production de valeurs symboliques et sensorielles (réputation, vin d'exception, expression du terroir, complexité) accessibles à l'ensemble des usagers de la ressource Dézaley Grand cru et non seulement aux membres de la Baronnie. Dans l'esprit des consommateurs, l'aura de « grand millésime » de certains vins du Dézaley n'est certainement pas associée exclusivement aux produits de la Baronnie, mais bien à l'ensemble des vins de

l'appellation. Une logique confirmée par la procédure de sélection des vins dégustés pour cette évaluation (deux vins de la Baronnie et deux extérieurs à celle-ci).

Enfin, l'ARL dans sa globalité (mobilisation collective pour l'AOC-Grand cru de 2013 et régulation locale complémentaire) cible surtout les dispositions de réception et l'usage des infrastructures (découlant des restrictions de l'AOC-Grand cru, qui nécessitent l'accord et la mobilisation des propriétaires fonciers). Cela assure un équilibre dans la production de valeurs que recherchent respectivement les acteurs : ils renoncent ensemble à une part de valeur économique, mais les valeurs symboliques, primordiales pour le maintien des flux de revenus, sont confortées à long terme avec le statut exclusif d'AOC-Grand cru. Ce label souligne le caractère d'exception des deux appellations et de leur réputation, parfois renforcé par un contenant distinctif, alors que l'autonomie des producteurs est préservée.

Cet ARL se distingue par deux caractéristiques. D'une part, par la capacité des acteurs à surmonter les rivalités locales, en se concentrant sur la préservation de valeurs symboliques recherchées par tous. Ces acteurs choisissent de cibler ce qui est le plus important pour eux et, éventuellement, ce qu'il est le plus probable d'obtenir, à savoir les valeurs symboliques liées à l'AOC et au statut de Grand cru du Dézaley et du Calamin.

D'autre part, par la sélectivité du jeu des acteurs, dans le contexte d'un mécontentement local général relatif à la perte de l'AOC et aux mentions de cru de 2009. Cette sélectivité est certainement décisive pour le succès de l'ARL dans la mesure où elle évite à la coalition d'acteurs de devoir contester l'ensemble du dispositif Grand cru et de la pyramide de différenciation de la réglementation, soutenu alors par une majorité d'acteurs impossible à renverser.

L'AOC perdue pour les lieux de production du Lavaux, si elle reste problématique dans l'opinion de nombreux acteurs locaux, passe toutefois au second plan. Elle fait l'objet d'un ARL ultérieur, dont la dynamique capitalise sur le succès du premier en matière d'engagement des acteurs dans une démarche collective.

9.4 L'ARL DE LAVAUX

Le second effet – ou contrecoup plus exactement – de la réforme de 2009 se manifeste dans une temporalité plus longue que celle de l'arrangement précédent. Il correspond à la formation progressive d'un ARL dont les différentes pièces institutionnelles sont, pour certaines, encore en cours d'élaboration et d'articulation²⁴ entre elles.

²⁴ L'étude de terrain a eu lieu en 2014, et des informations complémentaires obtenues durant le printemps 2016 montrent l'évolution progressive des choix collectifs locaux et confirment le caractère toujours « en formation » de l'arrangement actuel. Cela explique la réticence généralisée des acteurs engagés dans cette mobilisation à transmettre des informations plus précises à l'auteur : rien n'est encore décidé et il n'y a pas de consensus définitif.

L'arrangement de Lavaux se fonde sur une coalition (toujours en formation), en partie distincte de celle qui s'est mobilisée pour le Dézaley et le Calamin environ deux ans plus tôt, mais beaucoup plus large que celle-là étant donné le territoire plus étendu de la ressource.

Cet ARL vise à apporter une réponse aux rivalités découlant de la baisse des flux de revenus pour les producteurs de la région, rivalités exacerbées par l'abandon de la hiérarchie de différenciation des appellations du Lavaux, dont le fin mécanisme institutionnel disparaît en 2009 au profit du 60-40. Par l'investissement de quelques meneurs – les mêmes qui dirigeaient la coalition de l'ARL du Dézaley et de Calamin – un processus de construction de l'action collective se met en place à l'échelle de l'appellation Lavaux. La vision stratégique des meneurs consiste à anticiper des règles d'AOC plus restrictives sur la provenance du raisin (*i. e.* 100 %), une logique confortée par le succès de l'obtention de l'AOC-Grand cru en 2013. Le rôle médiateur occupé par une structure institutionnelle nouvelle et dédiée à la préservation du paysage du vignoble va se révéler central dans la formation de cet arrangement.

9.4.1 La commission Avenir Lavaux

Le fondement de la réflexion qui anime cet ARL est celui de l'agrandissement des appellations porteuses pour répondre au durcissement (venu et encore à venir) des règles (fédérales) sur les AOC, tout en préservant les parts de marché et donc les flux de revenus découlant des appellations les plus rémunératrices. La perte des petits équilibres d'assemblage entre Epesses, Saint-Saphorin et les autres lieux de production, si elle a renforcé certaines rivalités, a également rebattu les cartes: les dispositions des producteurs des sept appellations de la région à consentir à une redéfinition radicale des périmètres, et donc des droits d'usage, sont bien plus ouvertes qu'avant la réforme de 2009. La cible de cet ARL, à travers le travail de la commission, consiste ainsi à redéfinir l'usage des infrastructures de la ressource, en définissant de nouvelles règles d'appartenance (DR1) et d'exploitation et d'entretien (DR2).

L'agrandissement des zones porteuses du Lavaux a été discuté durant la réforme déjà. Un des projets, défendu par le négoce et une partie des vigneron-encaveurs, consistait à ne garder qu'Épesses et Saint-Saphorin, qui absorberaient les lieux de productions voisins. Refusé en son principe par la CVVL²⁵, ce projet aboutit toutefois à un agrandissement minime des deux lieux de production: Epesses gagne 26 ha sur Villette et atteint désormais 169 ha, et Saint-Saphorin passe de 143²⁶ à 158 ha (+15)²⁷, soit une progression modeste comprise entre 10 % et 15 %, bien en dessous du projet de division en deux des 736 ha de

²⁵ Communauté de la vigne et du vin de Lavaux.

²⁶ Office cantonal de la viticulture et de la promotion, 2014.

²⁷ Selon un entretien téléphonique avec le président de la commission Avenir Lavaux. 24 mai 2016.

Lavaux, soit une extension de plus de 100% de la surface des deux appellations porteuses. Comme le résume un vigneron-encaveur, l'opposition de principe à un tel redécoupage n'est désormais plus évidente: «*En 2008, c'était impossible de discuter de déplacer les frontières de Villette, mais depuis ça a changé.*»

À cela s'ajoute le succès de la mobilisation pour le Dézaley et le Calamin, qui a ouvert le champ des possibles et surtout, permis de créer la seule AOC du canton qui corresponde aux critères des futures AOC suisses dont il est de plus en plus vraisemblable qu'elles seront calquées sur le modèle européen du 100%.

En 2014, le négoce de la région a ainsi engagé un débat avec l'objectif d'anticiper une telle transition :

« Le négoce de Lavaux a demandé à la CVVL que l'on réfléchisse à l'avenir et à la fin du 60-40. Vu que les seules appellations euro-compatibles, c'est le Dézaley et le Calamin Grand cru. On voit si on veut garder Epesses, Saint-Saphorin ou Lavaux... [...]. Je participe à une commission qui y réfléchit, on veut anticiper, mais je ne veux pas trop en parler maintenant. On est les seuls à Lavaux à parler de ça, à se préparer, les autres régions ne font rien à ma connaissance. »²⁸

Fondée au sein de la CVVL, une commission «Avenir Lavaux» réunit depuis 2014 et plusieurs fois par an des représentants de chacun des lieux de production de la région. La discussion porte sur l'anticipation des AOP, dont les acteurs estiment qu'elles feront l'objet de la politique agricole à l'horizon 2018-2022. L'enjeu consiste bien sûr à trouver un équilibre dans la redéfinition des appellations de la région qui ménage les valeurs symboliques recherchées par les producteurs, mais aussi les flux de revenus, tout en respectant cette fois un 100% dépourvu de la «vaudoiserie» des règles d'assemblage. Les meneurs de cette réflexion ne souhaitent pas divulguer l'état et l'objet du consensus qui se dessine au sein de cette commission, tant les rivalités géographiques sont encore susceptibles d'être rapidement réactivées.

Le président de la CVVL relève simplement: «*On va beaucoup plus loin que le 60-40 maintenant. J'ai une idée bien précise de où on va mais je ne peux pas vous en parler, parce que l'on en parle encore de notre côté.*» Le président de la commission indique quant à lui qu'un consensus se construit progressivement. Pour aboutir, la commission doit parvenir à un accord sur le choix des appellations candidates à l'AOC et privées de droits d'assemblage. L'alternative principale qui se dessine est bien connue et consiste à choisir entre une appellation Lavaux, ou deux grandes appellations Epesses et Saint-Saphorin.

Ce travail collectif qui émane de l'initiative des acteurs locaux bénéficie du soutien – totalement informel – du chef du Service de l'agriculture,

²⁸ Entretien avec un membre de la commission Avenir Lavaux.

sollicité à plusieurs reprises par les meneurs pour assister aux débats, ce qu'il fait, très favorable à la logique de cette initiative locale. Cette présence discrète d'un acteur politico-administratif, qui affiche par ailleurs sa volonté de réformer en profondeur la logique du dispositif réglementaire vaudois, a vraisemblablement pour but de favoriser l'émergence d'un consensus et la concrétisation du projet.

Même si elle est pour l'instant particulièrement informelle, la commission Avenir Lavaux veut aboutir à un projet concret pour les appellations de la région, projet à soumettre formellement à la CIVV pour enclencher une éventuelle réforme de la réglementation vaudoise.

9.4.2 Une manifestation pour l'unité du vignoble de Lavaux

Parallèlement à la réflexion de fond sur l'usage des infrastructures, la dynamique de l'ARL naissant a déjà permis aux acteurs impliqués de mettre sur pied une manifestation de promotion. Axée sur la production de valeurs symboliques, celle-ci cible quant à elle les dispositions de réception des consommateurs. Cet événement de promotion s'inscrit dans une stratégie plus large adoptée par les acteurs et qui a pour but à la fois d'accroître la production de valeurs économiques par la ressource et de rééquilibrer leur distribution, notamment en faveur des acteurs des lieux de production périphériques.

« *On doit garder un objectif qualitatif pour Lavaux, ce ne sont que 800 ha* », relève un des meneurs. L'enjeu consiste notamment à prendre le contrôle le plus fort possible sur la part de raisin et de vin acheté et commercialisé par le négoce (soit environ 60 % selon les entretiens). Cette part de la production n'est plus suffisamment rémunératrice pour les vigneron·ne·s et les vigneron·ne·s-encaveurs locaux qui cherchent à la valoriser (en termes de revenus découlant de la vente de raisin et de vin).

Pour revaloriser le vignoble, les meneurs investissent leur énergie dans la construction d'un consensus local, qui doit idéalement se traduire dans les travaux de la commission Avenir Lavaux. Mais la commission ne peut par elle-même engendrer un tel consensus et une dynamique collective. De fait, si le succès du Dézaley et du Calamin Grand cru contribue à l'énergie initiale, l'enjeu consiste désormais, selon les meneurs, à démontrer que ce n'est pas seulement le Dézaley et le Calamin qui obtiennent une valeur ajoutée, mais que « *les ailes aussi peuvent avoir leur part de gâteau* ». L'argument mobilisateur utilisé est ainsi financier et incite les représentants des ailes à participer pleinement à l'action collective en mettant en avant la possibilité de plus-value sur le prix du raisin : « *On va dire aux ailes : "On va créer une dynamique, c'est par cette dynamique que vous vendrez correctement, devenez des acteurs"* »²⁹.

²⁹ Entretien avec l'un des meneurs du projet.

C'est dans cette perspective qu'une manifestation de promotion du vignoble est lancée en 2014, en partenariat avec l'association de gestion du paysage³⁰. Elle vise essentiellement la production de valeurs symboliques telles que le paysage identitaire, la réputation de Lavaux et, *last but not least*, le lien social entre les acteurs de la région. Ces valeurs doivent en retour favoriser le consensus et alimenter l'action collective en cours. Parallèlement, la manifestation se concentre sur les dispositions de réception des consommateurs afin de renforcer la différenciation de l'appellation Lavaux (et cela indépendamment du projet d'appellations – une ou plusieurs – que pourra adopter la commission Avenir Lavaux).

La manifestation «Lavaux Passion» qui se déroule chaque année durant un week-end de septembre depuis 2014, a pour but premier de :

« créer l'unité du vignoble de Lavaux. Il faut que les ailes se sentent autant partie prenante du vignoble. Il faut qu'on la crée aussi dans le tissu économique, en engageant le groupe des hôteliers de Lavaux dans un concept. Je veux que Lavaux devienne un concept qui vive. Cette identité nous manque aujourd'hui ».

L'événement prend place chaque année dans un des lieux de production de la région et s'appuie sur trois pôles : la place des vigneron, le village vigneron (ateliers et visites) et un bateau de tourisme³¹ qui emmène le public aux différents villages des rives du Lavaux, entre Lutry et Montreux, et propose des dégustations³². Des *workshops* permettent de présenter les terroirs au public. Des produits du terroir, autres que le vin, sont également promus pour inclure les entreprises de la région dans la dynamique. Le «village vigneron» regroupe quant à lui des activités permettant au public de partager les bases du savoir-faire des vigneron, afin d'impliquer les consommateurs dans les pratiques de ces derniers³³.

L'association «Lavaux Patrimoine mondial» (LPm), qui assure la gestion et la promotion des aspects paysagers du site depuis son inscription à l'Unesco (voir point suivant), contribue ici pleinement à la production de valeurs symboliques, telles que le paysage identitaire bien sûr, mais aussi le lien social et la réputation internationale de l'appellation Lavaux. Le gestionnaire du site le souligne :

« La manifestation Lavaux Passion [...] témoigne [du] lien fort qui existe entre les acteurs du vignoble. Notre association a collaboré avec les vigneron »

³⁰ Le blog d'un journaliste du principal quotidien cantonal souligne ce travail en commun à l'approche de la première édition de la manifestation : <http://davemog.blog.24heures.ch/archive/2014/03/21/lavaux-passion-veut-feter-sa-culture-et-sa-viticulture-855511.html>.

³¹ Le plus grand bateau à roues à aubes de la compagnie générale de navigation qui exploite les lignes de tourisme sur le lac Léman.

³² Entretien avec le président de la communauté des vins de Lavaux (CVVL). Une structure tripartite des activités est détaillée sur le site de la manifestation : <http://lavauxpassion.ch/>.

³³ Entretien avec le président de la communauté de la vigne et du vin de Lavaux.

de Lavaux pour présenter pour la première fois le vin dans sa dimension paysagère. Lavaux Patrimoine mondial a notamment organisé, dans le cadre de cette manifestation, des tables rondes sur la notion de paysage culturel, engageant une discussion entre représentants de différentes régions viticoles inscrites à l'Unesco en Europe. Les invités faisaient partie du réseau ViTour Landscape, réunissant 10 vignobles européens: encore une preuve du bienfait des relations entretenues avec nos partenaires, ici comme ailleurs.» (LPm, 2014, p. 7).

Parallèlement à la manifestation Lavaux Passion, l'association Lavaux Patrimoine mondial joue effectivement un rôle central et complémentaire dans la configuration d'acteurs et dans l'ARL de la région.

9.4.3 Le rôle de la structure de gestion du paysage

Le paysage de Lavaux fait l'objet d'une protection fondée sur des restrictions d'usage du foncier depuis 1979, à la suite du succès d'une initiative populaire cantonale³⁴ en 1977. Cette dynamique de protection et de mise en valeur du paysage s'est développée malgré des rivalités permanentes (de Fossey, 2004) et a culminé avec l'inscription du site au patrimoine mondial de l'Unesco en juin 2007. L'organisation porteuse du projet d'inscription, constituée de vigneronns et dépendante des communes sur lesquelles le site se déploie, se positionne depuis à la charnière des rivalités locales et contribue à l'action collective en défendant à la fois les valeurs symboliques (paysage identitaire surtout) qui dépassent l'économie viticole et les valeurs économiques des acteurs de la viticulture.

L'association poursuit trois axes de travail: paysage et viticulture, par une participation active à la préservation de l'économie viticole «*en faisant évoluer [le paysage] tout en respectant son passé*»; culture, éducation et tourisme, par le développement des échanges autour des valeurs culturelles du site ainsi que d'outils pour intéresser les enfants des écoles et les visiteurs; communication des valeurs du site³⁵.

Dans la poursuite de ces objectifs en faveur de la préservation du paysage et de son développement «authentique», l'enjeu principal pour l'association consiste à toucher les très nombreux exploitants du site (200 vigneronns environ), qui reflètent la fragmentation relative de la propriété foncière et dont les identités sont essentiellement locales, c'est-à-dire associées aux appellations (lieux de production) de la région. Une diversité qui se traduit en rivalités identitaires et

³⁴ Loi du 12 février 1979 sur le plan de protection de Lavaux, modifiée le 29 novembre 2011, RS VD 701.43.

³⁵ Objectifs de l'association. <http://www.lavaux-unesco.ch/fr/N3964/association-lpm.html>.

géographiques, qui font l'objet de l'arrangement et que l'organisation de gestion du paysage cherche à stabiliser :

« On a réussi à créer un centre (les locaux du siège de l'organisation) où les gens passent et se retrouvent, ça fonctionne. On a besoin de créer une identité de la région, qui n'a jamais existé. Les gens sont de Lutry ou d'Epesses. Mais de plus en plus on voit une identité Lavaux qui émerge, c'est en train de se construire. L'AOC Lavaux renforce ça. »³⁶

Dans cette optique, la direction de l'organisation a modifié sa structure afin d'intégrer au mieux les multiples acteurs et de construire un consensus. En 2013, l'ancienne structure de gestion du site a été transformée en association « Lavaux Patrimoine mondial » (LPm). Le comité inclut désormais tous les partenaires impliqués, de façon paritaire, autant au sein du comité que dans le bureau exécutif: d'un côté les acteurs politiques (représentants des communes) et de l'autre les vigneron.

Les valeurs recherchées par l'association et la stratégie adoptée pour en favoriser la production sont singulièrement proches de celles poursuivies par la manifestation Lavaux Passion. De fait, les meneurs des deux structures (le directeur de LPm et le président de la CVVL) coordonnent leurs stratégies :

« Lavaux passion est le résultat direct de notre travail ici. On associe nos forces avec la CVVL. Le nouveau président de la CVVL et moi sommes totalement coordonnés, ça a toujours été un binôme. Pendant la manifestation on met en valeur autant le paysage culturel que les vins. Et on a attendu que l'association soit créée pour lancer la manifestation. Et pour la manifestation, c'est un comité conjoint entre le CVVL et LPm. »³⁷

L'association LPm n'intervient pas dans l'arrangement par une régulation contraignante des usages des infrastructures de la ressource par les vigneron – elle n'en a pas la compétence –, mais elle cherche en revanche à favoriser la production de consensus et à faciliter l'action collective pour que le site puisse vivre et se développer au mieux, afin que le paysage poursuive une évolution « vivante ». Cette contribution à l'ARL assurée par l'association porte autant sur les enjeux liés à la définition des appellations et à la valorisation de la vente de vin qu'à des projets plus larges d'oénotourisme notamment, qui doivent permettre de diversifier les flux de revenus des acteurs locaux, au-delà de la vente de vin.

Le staff de l'association³⁸ n'intervient ainsi pas directement dans les débats des vigneron concernant la redéfinition des appellations de la région, mais

³⁶ Entretien avec le gestionnaire du site.

³⁷ Entretien avec le gestionnaire du site.

³⁸ L'association LPm s'appuie sur un staff de cinq personnes. Son budget est de 450 000 CHF par an. Il provient de contributions communales selon une clé de répartition qui est fonction du type

s'efforce de contribuer aux savoir-faire et aux idées, notamment par des mises en contact avec d'autres vignobles Unesco et en soignant un réseau auprès des acteurs politiques locaux et cantonaux (Conseil d'État notamment).

« On n'intervient pas dans les débats au sujet de la réforme des appellations (i. e. Avenir Lavaux). C'est les vigneronns qui doivent porter ça. On essaie par contre de susciter des idées partout ailleurs où on peut [...]. S'ils les adoptent, on accompagne les vigneronns dans le processus pour que les projets aboutissent efficacement. Mais si les vigneronns décident de planter des bananes ils peuvent, on annule simplement l'inscription à l'Unesco. Ce sont les autochtones qui doivent décider de leur développement. »

Ce travail discret de « facilitateur » vise à enrichir et à préciser les conditions d'exploitation et d'entretien de la ressource (DR2). Il se double d'un projet à long terme de récolte des informations sur l'évolution du site. Il s'agit d'un projet de *monitoring*, qui s'appuie notamment sur un partenariat avec le rectorat de l'Université de Lausanne, ainsi qu'avec les acteurs de l'interprofession vaudoise disposant des données économiques de la filière (l'Office des vins vaudois).

« On a un grand projet de monitoring en cours. On a besoin des chiffres pour connaître les tendances, l'endettement, les besoins d'équipement, etc. [...] Globalement on sait que le prix du raisin est 20-30 % inférieur aux coûts d'exploitation. Et il faudrait au moins 15 % d'investissement en marketing de la part des producteurs, ce qui n'est quasiment jamais le cas. [...] Le monitoring doit porter au-delà de l'économique, sur l'ensemble des aspects liés au paysage, géographie, géologie, architecture, histoire, etc. [...] Le partenariat avec l'Université devra faciliter le lancement de projets de recherche. »

En résumé, l'apport à l'arrangement qu'assure l'organisation dédiée au paysage va bien au-delà de la production de valeurs paysagères et couvre d'autres valeurs symboliques (lien social, réputation de l'appellation) et économiques (consolidation et diversification des flux de revenus des exploitants). Les liens entretenus avec d'autres vignobles de l'Unesco et l'apport en contacts et idées contribuent à l'enrichissement des savoir-faire des producteurs de l'appellation. Enfin, son action alimente l'œuvre collective en favorisant la création de ressources d'actions telles que le consensus, l'information, les infrastructures et le soutien politique.

de surface (vigne, bâti) pour 200 000 CHF. Le canton apporte un soutien un peu plus faible, issu d'un montage provisoire sur la base de la loi cantonale sur le développement économique, limité à trois ans, prolongé exceptionnellement. Le gestionnaire du site déplore cette précarité et en appelle à un « soutien officiel et stable du canton ». Le reste des contributions provient des autres partenaires (viticoles et touristiques), puis des cotisations des 250 membres.

Tableau 7 Synthèse de l'ARL de Lavaux

Variable		Description
Indépendantes	Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Coalition de vigneron(-encaveurs), de négociants de la région et de professionnels de la gestion du paysage. Complémentarité et coordination des deux meneurs à la tête des deux organisations principales, viticole (CVVL) et paysagère (LPm), et du président de Avenir Lavaux. Souhaitent construire une différenciation de l'appellation Lavaux axée sur la production des valeurs de revenus vitivinicoles, paysage identitaire, lien social et réputation de l'appellation. La coalition cherche à consolider l'implication des acteurs issus des zones périphériques de Lavaux et à réduire les rivalités, afin de redéfinir formellement à moyen terme l'usage des infrastructures de la ressource (définition du périmètre) de façon à ce qu'elles produisent les valeurs de revenus vitivinicoles, paysage identitaire, et réputation de l'appellation.
	Ressources d'action	Mobilisation des ressources humaines, information (projet <i>monitoring</i> , Unesco), infrastructures (locaux LPm et site de Lavaux Passion), organisation (CVVL et LPm) et temps (anticipation des AOP). Construction d'une dotation en ressources consensus, organisation (<i>via</i> création LPm), et, dans une moindre mesure, soutien politique (Conseil d'État, Université).
	Créativité institutionnelle	Créativité institutionnelle centrée sur la résolution des rivalités géographiques et identitaires, dans une démarche inclusive et d'alliance. Stratégie interne-externe: Avenir Lavaux, et alliance CVVL-LPm pour le lien social et le consensus en interne, prolongé par Lavaux Passion, qui assure aussi le travail externe sur les consommateurs. Stratégie sélective concentrée sur la production de lien social par la ressource actuelle pour construire du consensus à court terme et renforcer la différenciation à moyen terme. Complément aux règles de représentation et de décision corporatistes en incluant (informellement) les professionnels du paysage au travail de la CVVL. Complément aux règles de décision corporatistes avec création (informelle) de la commission Avenir Lavaux et sollicitation du chef du Service de l'agriculture.
Dépendantes	Dimensions de régulation	Travail sur la redéfinition des règles d'appartenance (DR1) qui implique, selon les options retenues, une ouverture de l'appartenance aux deux appellations porteuses et une disparition des intermédiaires. Renforcement des règles d'exploitation et d'entretien (DR2) avec la préparation au 100%; contribution aux savoir-faire (Unesco, œnotourisme). Création de nouvelles règles d'arbitrage (provisoire) (DR3) par Avenir Lavaux dans le processus de redéfinition des règles d'appartenance.
	Constituants touchés	Travail sur l'ensemble des constituants de la ressource, de façon complémentaire et incrémentale: les dispositions de réception des consommateurs avec la manifestation Lavaux passion; l'usage des infrastructures pour les valeurs paysagères; la définition des futures appellations en 100%; la diversification des savoir-faire (expériences des autres vignobles Unesco, œnotourisme).

9.4.4 Synthèse de l'ARL de Lavaux

Ce second arrangement (voir Tableau 7) fait progressivement émerger une ressource Lavaux en articulant trois « pièces » institutionnelles, qui s'imbriquent les unes dans les autres et se renforcent mutuellement. Celles présentées ici en dernier, la manifestation Lavaux passion et l'association LPm, apportent un soutien décisif au bon fonctionnement et à l'aboutissement (encore seulement souhaité à l'heure où ces lignes sont écrites) de la commission Avenir Lavaux, qui constitue la colonne vertébrale de l'appellation Lavaux.

La configuration d'acteurs qui porte cet ARL permet de regrouper des acteurs de la filière (producteurs et négociants) et les professionnels du paysage. Deux meneurs, à la tête des organisations vitivinicole (CVVL) et paysagère (LPm), coordonnent l'action collective en la dirigeant vers la production de valeurs symboliques bien définies qu'ils considèrent indispensables à court terme à la pérennité des flux de revenus, en premier lieu le paysage identitaire, le lien social ainsi que la réputation de l'appellation.

L'enjeu pour cette coalition émergente consiste à résoudre les rivalités géographiques entre les appellations de la région. Il s'agit d'impliquer dans l'action collective les acteurs des « ailes » pour proposer à moyen terme une redéfinition du périmètre (infrastructures) de la ressource et donc des droits d'usage d'une ou des appellations à venir, dans le but de favoriser la production de valeurs économiques, de paysage identitaire et de réputation de l'appellation (valeurs symboliques).

Ce faisant, les quelques meneurs s'appuient sur des ressources humaines (leur propre investissement), et information, puisées auprès d'autres vignobles inscrits au patrimoine mondial, mais également propres au site et que le projet de *monitoring* doit alimenter. Ils mobilisent également les infrastructures (les locaux de LPm comme lieu de passage, d'information et de rencontre, ou encore les bourgs du vignoble eux-mêmes pour la manifestation promotionnelle) ainsi que leur organisation et la ressource temps, en anticipant autant que possible l'introduction des AOP viticoles dans le régime du vin suisse. En outre, en modifiant la forme de leur association, les acteurs de la gestion du paysage cherchent explicitement à consolider leur influence sur la formation de la ressource en développant « sur mesure » leur propre ressource d'action organisation, afin qu'elle favorise la production de consensus et, dans une moindre mesure, de soutien politique.

Ces trois pièces institutionnelles sont combinées de façon créative pour surmonter les rivalités locales (géographiques et identitaires) et mener à la formation de l'ARL, en adoptant une démarche inclusive. Premièrement, la création de la commission Avenir Lavaux et la sollicitation du chef du Service de l'agriculture apportent un complément informel aux règles de décision corporatistes. Par ailleurs, l'inclusion et la contribution – indirecte et informelle mais voulue – des professionnels du paysage dans la dynamique de travail

assurée par Avenir Lavaux complètent les règles cantonales de représentation et de décision dans la filière.

Concrètement, c'est pourtant une stratégie à la fois sélective et duale, «interne-externe», qui structure l'action collective. Dans une logique interne, LPm œuvre à renforcer le lien social avec les producteurs des «ailes», apportant ainsi un appui à la production de consensus au sein d'Avenir Lavaux. La manifestation Lavaux Passion prolonge ce travail collectif – consolidation du lien social et d'une identité commune entre les producteurs de la région – en l'ouvrant également vers l'extérieur (le public et les consommateurs).

Cette combinaison est le résultat de la stratégie sélective adoptée par les meneurs. Ceux-ci choisissent de concentrer leurs efforts sur la capacité de la ressource existante à produire une valeur symbolique, en l'occurrence du lien social, afin de renforcer les bases nécessaires à la formation d'un consensus régional, indispensable pour renforcer la différenciation de la ressource à moyen terme. Par ce caractère inclusif, le jeu d'acteurs qui se met en place se tourne vers (ou promet) une distribution des valeurs de la ressource qui est plus équilibrée que la situation antérieure (issue de la réforme de 2009). Surtout, la coordination des modalités d'organisation de l'arrangement qu'assurent les meneurs démontre que, contrairement à l'ARL du Dézaley et du Calamin, l'ensemble des acteurs de Lavaux peut prétendre à un accès renforcé aux valeurs symboliques, dont il est possible d'organiser la distribution de façon plus équilibrée entre les acteurs.

L'ARL qui découle de cette créativité institutionnelle opère par un travail sur les règles d'appartenance à la ressource (DR1), qui correspond (en fonction de l'issue des discussions en cours au sein d'Avenir Lavaux) à un éventuel élargissement des règles d'appartenance aux deux appellations porteuses Epesses et Saint-Saphorin et à la disparition correspondante des appellations intermédiaires et périphériques. En outre, le projet du 100 % ainsi que les apports en savoir-faire issus de l'Unesco et du projet d'œnotourisme renforcent les règles d'entretien de la ressource (DR2). Enfin, Avenir Lavaux inscrit le processus d'attribution des droits d'usage à venir de l'appellation dans de nouvelles règles d'arbitrage (DR3) provisoires et informelles.

Cet arrangement, malgré son caractère encore fragile, cherche à articuler l'ensemble des trois constituants de la ressource, de façon progressive et surtout complémentaire. Si l'objectif à moyen terme est bien celui de la (re)définition des appellations de la région, en travaillant sur leur périmètre et l'instauration du 100 %, il porte directement sur les droits d'usage des infrastructures (vignes, parcelles, éventuellement équipements, etc.). Or, pour avancer, ce travail sur les infrastructures doit s'accompagner d'un effort pour la diversification des savoir-faire ainsi qu'envers les dispositions de réception des consommateurs par le biais d'une manifestation de promotion qui occupe un rôle de coordination dans cette mise en interaction des trois constituants.

Les trois pièces institutionnelles de ce second arrangement du cas de Lavaux sont ainsi emboîtées et se renforcent mutuellement, tout particulièrement les deux dernières qui apportent un soutien décisif au bon fonctionnement de la première (Avenir Lavaux). Celle-ci a pour but de modifier formellement la réglementation cantonale, pour préserver les valeurs produites par la ressource et pour favoriser une distribution plus équilibrée.

L'ensemble de ce «petit» travail de régulation locale – essentiellement informelle – dirigé vers la modification et l'appropriation des règles cantonales par les acteurs révèle une créativité institutionnelle qui se construit au plus près des contraintes (rivalités géographiques et identitaires) et de la temporalité (nature et dynamique de l'ARL précédent), très locales dans ce cas.

CHAPITRE 10

LE CANTON DU VALAIS

Le Valais est un canton dont les vins suivent une stratégie de différenciation que nous qualifierons d'hybride, dans la mesure où celle-ci vise à associer l'AOC à l'utilisation de certains noms de cépages, s'efforçant de rendre ces derniers exclusifs au canton.

Les deux premières sections exposent les spécificités du vignoble ainsi que les principaux acteurs de la filière. Les deux sections suivantes décrivent le processus d'élaboration de cette stratégie de différenciation hybride, qui prend ses racines dans la création de l'AOC sur les vins du Valais en 1989 et qui se consolide durant les années 2000. Nous examinerons ensuite la pièce maîtresse de la réglementation cantonale, qui institutionnalise le caractère hybride de la stratégie cantonale et expose la façon dont les pouvoirs publics s'activent pour compléter ce dispositif et favoriser l'appropriation de la stratégie par les acteurs de la filière.

10.1 LE VIGNOBLE VALAISAN

La culture de la vigne en Valais remonte au VII^e siècle av. J.-C., et dès le XI^e siècle de notre ère, le vignoble «*occupe une place solide dans l'économie et la société valaisanne*» (Zufferey-Périsset, 2009, p. 30). Aujourd'hui devenu la principale source du vin produit en Suisse, le vignoble valaisan compte environ 5 000 ha de vignes, dont 62 % de cépages rouges et 38 % de blancs¹. Le climat est marqué par des conditions alpines, caractérisées par un ensoleillement intense et de relativement faibles précipitations, ce qui requiert parfois l'irrigation des vignes (Johnson & Robinson, 2008, p. 256). Le vignoble commence à l'extrémité de la vallée du Rhône (Vouvry) et se déploie essentiellement sur les coteaux nord de celle-ci, le long des septante kilomètres environ qui séparent Martigny, où le Rhône marque un coude vers le nord,

¹ Selon le registre des vignes valaisan au 31 décembre 2011.

et Visp (Viège), où se situent des vignes cultivées à 1 000 m d'altitude, à Visperterminen. Le paysage viticole du canton est fortement marqué par la culture en terrasses des vignes, fréquemment soutenues par des murs en pierres sèches. La mosaïque du morcellement des parcelles sur ces coteaux offre un paysage qui suscite de nombreuses initiatives de protection et de mise en valeur et qui contribue largement à l'identité vitivinicole du canton (Emery, 2001). Plus généralement, la viticulture reste particulièrement ancrée dans la société valaisanne, comme en attestent le nombre élevé d'exploitants non professionnels et la pratique – certes faiblissante – du travail de la vigne en famille durant le temps libre. Ces « vigneronns du samedi » contribuent, souvent en l'absence d'un quelconque profit économique, à l'entretien d'un patrimoine familial et d'un paysage identitaire (Domeniconi *et al.*, 2010), sur des parcelles de très petite taille que les multiples successions au sein des familles ont fortement morcelées. Toutefois, toutes les zones du vignoble ne se situent pas sur des coteaux abrupts travaillés en terrasses, et de nombreuses vignes sont cultivées de façon mécanisée en plaine ou sur les pentes douces qui descendent vers le Rhône.

La surface de vignes plantées en Valais a peu évolué au cours des vingt dernières années, accusant une perte de 4,2 % ou 224 ha seulement. En revanche, la nature de l'encépagement s'est profondément transformée. Contrairement au canton de Vaud où le chasselas reste très largement majoritaire depuis plusieurs décennies – malgré un nombre important de cépages cultivés et la progression des nouveaux cépages développés par Changins² – le chasselas en Valais est passé d'un tiers à un cinquième de l'encépagement entre 1991 et 2001, au profit notamment de cépages dits « spécialités », tels que la petite arvine, l'humagne rouge ou le cornalin (voir Tableau 8). Cette rupture est au cœur des dynamiques locales qui mènent à la formation des deux ARL analysés dans les études de cas. Pour en saisir la portée, il est nécessaire de revenir brièvement sur le développement historique du chasselas dans le canton.

Au XIX^e siècle, la viticulture valaisanne se caractérise par une profusion de cépages et, en conséquence, de qualité de vins. Cette hétérogénéité freine le développement commercial du secteur, qui aurait besoin alors de n'avoir « *qu'une ou deux qualités de vins marchands* »³, bien identifiables. Or, la découverte des coteaux valaisans par des vigneronns vaudois durant la guerre du Sonderbund (1847) et la construction de la ligne de chemin de fer reliant les bords du Léman à Sion en 1860 favorise doublement l'implantation du « fendant »⁴

² La station de recherche fédérale.

³ Extrait du journal *Le Villageois*, n° 6, du 5 mai 1871, cité dans (Zufferey-Périsset, 2009, p. 248).

⁴ Le chasselas est un cépage ayant développé un polymorphisme important (couleur des baies, dureté de la peau, coloration des rameaux, etc.). Le terme de « fendant » était utilisé pour désigner un type biologique de chasselas dans le canton de Vaud, dont les baies avaient notamment la propriété de se fendre et non de faire gicler la pulpe sous la pression des doigts (comme c'est

dans le vignoble. En effet, ce cépage, cultivé selon les pratiques vaudoises (taille en gobelet à trois ou quatre cornes) permet aux producteurs d'obtenir des rendements nettement plus élevés que les cépages usuellement cultivés, et le chemin de fer assure quant à lui un accès aux marchés «étrangers», en Suisse alémanique ou à Londres (Zufferey-Périsset, 2009, p. 247-256). Dès lors, les cépages traditionnels sont délaissés au profit de nouveaux consommateurs et d'intérêts économiques. Un observateur de ces transformations indique ainsi en 1908 :

« Les vieux plants, humagne, arvine, amigne, qui donnaient un vin très estimé il est vrai dans le Canton, mais peu recherché par le commerce en gros [...] étaient remplacés [...] par le fendant, qui rendait le double ou le triple et qui possédait l'immense avantage d'être très apprécié de nos confédérés. »⁵

Avec ce développement massif du chasselas en Valais, le terme de fendant y devient usuel, alors qu'il est (globalement) abandonné dans le canton de Vaud au profit d'une différenciation fondée sur les lieux de production⁶ (voir chapitre 7). La dénomination de fendant est finalement protégée et réservée au chasselas du Valais dès la fin des années 1970, après plusieurs décennies de conflits avec des caves vaudoises notamment (Laesslé, 2014, p. 97; Zufferey-Périsset, 2009, p. 450).

Après lui avoir tourné le dos pendant de nombreuses années au profit de la productivité du chasselas et du vin de soif, le secteur vitivinicole valaisan puise aujourd'hui à nouveau dans cette diversité de cépages locaux pour différencier ses vins.

Tableau 8 Comparaison de l'encépagement en Valais entre 1991 et 2010⁷

Cépage	1991 (surface en ha)	Pourcentage	2010 (surface en ha)	Pourcentage
Arvine	39	0,7	156	3,1
Chardonnay	46	0,9	70	1,4
<i>Chasselas</i>	1 875	35,6	1 033	20,5
Cornalin	14	0,3	120	2,4
Gamay	984	18,7	687	13,6

le cas pour le chasselas de type «Giclet»). Communiqué de la station de recherche Agroscope, du 28 novembre 2014.

⁵ La société sédunoise d'agriculture et le développement agricole de Sion, 1868-1908, Sion, 1908, p. 179. Cité dans Zufferey-Périsset (2009, p. 248).

⁶ <http://www.lavaux-unesco.ch/fr/N4710/le-chasselas.html>.

⁷ Adapté du rapport sur l'évolution de l'encépagement en Valais (Office cantonal de la viticulture, 2010).

Cépage	1991 (surface en ha)	Pourcentage	2010 (surface en ha)	Pourcentage
Humagne rouge	44	0,8	129	2,6
Merlot	1	0,0	89	1,8
Pinot gris	52	1,0	76	1,5
Pinot noir	1 732	32,9	1 673	33,2
Savagnin blanc	14	0,3	86	1,7
Sylvaner	271	5,1	238	4,7
Syrah	19	0,4	160	3,2
Autres cépages	175	3,3	525	10,4
Total cépages blancs	2 460	46,7	1 907	37,8
Total cépages rouges	2 806	53,3	3 129	62,1
Total	5 266	100,0 %	5 042	100,0 %

Adapté de Office cantonal de la viticulture (2010)

Le Tableau 8 révèle deux grandes modifications survenues durant les vingt dernières années : la première est le passage à une dominance des cépages rouges, qui suit l'évolution nationale de l'encépagement⁸ et la stratégie fédérale en faveur du vin rouge. La seconde est, bien sûr, la diversification et surtout le rééquilibrage à la faveur des cépages considérés comme des spécialités, compensant le recul du chasselas. Ainsi, les « spécialités » (arvine, amigne, heida, cornalin, humagne, syrah, etc.) sont passées de 14,8 % en 1999 à 32,7 % du vignoble en 2010 (Service cantonal de l'agriculture, 2011, p. 16).

Ces deux caractéristiques correspondent à une stratégie de différenciation poursuivie par la filière valaisanne et initiée par le Conseil d'État à la fin des années 1990, soit quelques années après l'introduction pionnière de l'AOC Valais. Cette stratégie s'appuie sur une logique que nous qualifions d'hybride et qui consiste à mobiliser simultanément des instruments de différenciation par des appellations d'origine et les noms des cépages. Comme si l'appellation Margaux décidait de se différencier des vins de Bordeaux et du Haut-Médoc plus particulièrement, en ajoutant cabernet sauvignon à la dénomination et en s'activant pour rendre exclusif au Bordelais l'utilisation du cépage (Laesslé, 2015). Nous avons mis en évidence plus haut (chapitre 6) qu'une des caractéristiques des noms de cépages utilisés pour la différenciation des vins tient au fait qu'ils relèvent du domaine public et qu'aucune règle de propriété intellectuelle ne permet d'en faire un usage exclusif. Or, un des points clés de cette stratégie hybride et de l'ingénierie institutionnelle correspondante

⁸ OFAG, 2011, p. 11.

adoptée par la filière valaisanne consiste précisément à attribuer autant que possible une dimension locale aux noms de cépages afin de renforcer leur caractère exclusif.

Les fondements de cette stratégie, dans laquelle s'inscrivent – de façon très différente – les deux ARL des études de cas, sont l'objet de ce chapitre de mise en contexte⁹.

10.2 LES ACTEURS

Nous présentons ici les principaux acteurs de la filière et leurs organisations collectives, ainsi que les acteurs situés en périphérie de la filière. Nous ne détaillerons pas la configuration d'acteurs à ce niveau afin de laisser davantage d'espace à la présentation des éléments de construction de la stratégie viticole cantonale. Particulièrement élaborée, celle-ci mérite d'être approfondie pour une meilleure compréhension des jeux d'acteurs analysés dans les études de cas.

Il importe de souligner, tout d'abord, la puissante fragmentation de la propriété des parcelles viticoles en Valais. Ce morcellement conduit à une forte proportion d'exploitants actifs sur de très petites parcelles et s'accompagne, par ailleurs, d'un nombre également élevé d'exploitants non professionnels (dont notamment, les « vigneronns du samedi »).

Tableau 9 Parcelles et propriétaires en Valais en 2008

Taille des parcelles (m ²)	< 100	101 à 500	501 à 1 000	1 001 à 5 000	5 001 à 10 000	> 10 000	Nombre de parcelles	Moyenne
	15 %	50,5 %	20,5 %	13 %	0,8 %	0,2 %	93 000	545 m ²
Parcelle(s) par propriétaire	Une parcelle	2 à 5	6 à 10	11 à 20	21 à 49	50 et plus	Nombre de propriétaires	Moyenne/ propriétaire
	36,8 %	43,1 %	12,2 %	5,4 %	2,2 %	0,3 %	22 000	2 300 m ²

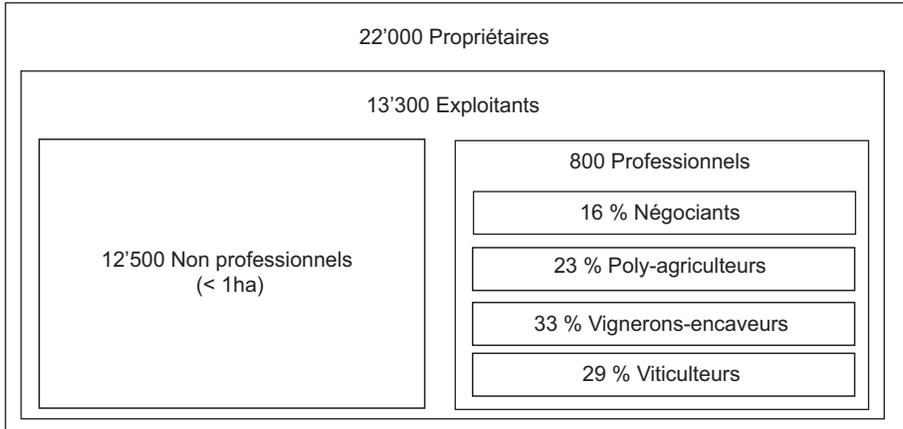
Adapté de: Zuffèrey-Périsset (2009, p. 544)

Le Tableau 9 détaille la fragmentation de la propriété et la taille des parcelles. Il apparaît que les petites parcelles (moins de 500 m², c'est-à-dire 0,05 ha) sont largement majoritaires, et qu'une très forte majorité (presque 80 %) de propriétaires ne possède pas plus de 5 parcelles.

⁹ Nous renvoyons à la lecture de Laesslé (2014), pour davantage de détails concernant l'évolution de la protection de certaines dénominations de vin en Valais, telles que la dôle ou le goron (un vin de pays) par exemple, qui occupent une place importante et donnent lieu à des jeux d'acteurs animés dans la construction de la différenciation des vins du Valais.

Présenté différemment (Figure 15), la structure de la filière souligne en outre dans quelle mesure cette fragmentation se distribue entre exploitants professionnels et non professionnels.

Figure 15 Structure de la production de la filière valaisanne



Tiré du rapport Viti 2015 (Catry, 2009, p. 66)

La Figure 15 indique que sur 13 300 exploitants, 12 500 sont non professionnels et que les parcelles qu'ils exploitent sont inférieures à 1 ha. En revanche, à l'autre extrémité de ce nuancier les 17 exploitants les plus importants cultivent 10 % du vignoble cantonal avec une surface moyenne de 30 ha. Les auteurs du rapport *Viti 2015*¹⁰ (Catry, 2009) soulignent à ce propos qu'environ la moitié de la filière (33 % de vigneron-encaveurs et 16 % de négociants) est intégrée jusqu'à la vente de bouteille, ce qui a un impact sur le potentiel de création et de distribution de valeur, tel qu'il est prévu par la stratégie cantonale ou par les arrangements locaux.

Enfin, il convient de relever que la concentration est nettement plus marquée dans le segment de la vinification et de l'encavage, où ce sont environ 600 entités qui transforment le moût en vin : des vigneron-encaveurs, des négociants ou la coopérative PROVINS. Les dix principaux négociants, dont cette coopérative qui encave 10 millions de litres, assurent 43 % de l'encavage du canton (Catry, 2009, p. 70).

Cette distribution des acteurs dans la filière a un effet direct sur les rapports de force en son sein, qui se révèlent tout particulièrement à la charnière de sortie de la filière, entre le segment du négoce et de la distribution, secteurs dans lesquels la concentration industrielle est particulièrement élevée. Ces rapports

¹⁰ Ce rapport est au centre de la stratégie vitivinicole officielle actuelle.

de force à l'échelle du canton¹¹ forment la toile de fond des dynamiques locales analysées plus loin.

10.2.1 Les vigneron

Les vigneron – professionnels ou non – sont représentés par la Fédération des vigneron valaisans (FVV, fondée en 1984), issue de la grande crise de surproduction de 1982-1983¹². Elle est composée de syndicats régionaux ou communaux.

Deux constats, valables pour l'ensemble du Valais, caractérisent la situation actuelle de ce groupe d'acteurs: d'une part, le coût d'exploitation au m² est élevé et de nombreux vigneron amateurs ou à temps partiel ont dû renoncer à exploiter eux-mêmes les parcelles et les ont louées à d'autres exploitants, négociants ou vigneron-encaveurs (Emery, 2001). La FVV estime le rendement annuel brut de la viticulture en 2010 (en Valais) à 39 200 CHF/ha alors que les coûts de production sont évalués à 40 000 CHF/ha pour une conduite de la vigne sur fil et une faible mécanisation du travail et à 50 000 CHF/ha pour une culture en gobelet où le palissage est absent (FVV, 2010), ce qui correspond à une exploitation à perte.

10.2.2 Le négoce

Le négoce encave environ 60% du raisin produit en Valais et constitue à ce titre l'acteur le plus important de la filière. Les caves sont regroupées au sein d'une association, la Société des encaveurs de vins du Valais (SEVV). Cette dernière constitue une section de la société des encaveurs de vins suisses (SEVS), laquelle constitue une branche de l'Association suisse du commerce des vins (ASCV). C'est par le biais de ces organismes faitiers que la SEVV est représentée au sein de l'Interprofession suisse du vin (ISV)¹³. La SEVV regroupe aujourd'hui 51 commerces ainsi que deux membres associés (courtiers). Les membres de la SEVV encavent, selon les années, entre 43 et 45% de la production valaisanne¹⁴. La SEVV est membre de la famille de l'encavage au sein de l'Interprofession de la vigne et du vin (IVV), au côté d'une structure

¹¹ Et parfois au-delà si l'on prend en considération les alliances avec d'autres entreprises implantées ailleurs en Suisse, voir Laesslé (2014, p. 170-178) pour le cas révélateur de PROVINS.

¹² Deux récoltes massives en 1982 et 1983, qui, cumulées, correspondent à plus de trois récoltes normales, provoquent un choc majeur sur l'économie vitivinicole cantonale.

¹³ L'Interprofession suisse du vin (officiellement *Swiss Wine Promotion*) n'est pas discutée dans cet ouvrage dans la mesure où cette institution n'a qu'un impact très marginal sur les arrangements étudiés et sur les dynamiques cantonales respectives. Par ailleurs, la forte cantonalisation de la réglementation vitivinicole semble pour le moins limiter l'engouement corporatiste pour cette structure, dédiée à la promotion du vin suisse (et non des vins cantonaux!) en Suisse et à l'étranger. <http://www.swisswine.ch/fr/professionnel/swiss-wine/swiss-wine-qui-sommes-nous-1>.

¹⁴ www.sevv.ch.

qui regroupe des caves dissidentes, le Groupement des encaveurs et négociants indépendants (GENI), lesquelles assurent environ un tiers de l'encavage réalisé par le négoce.

10.2.3 Les vigneron-encaveurs

Les vigneron-encaveurs assurent un peu plus de 20% de l'encavage du canton en 2010. Ils bénéficient d'une position plus intéressante dans la filière que celle des «simples» vigneron, de par l'intégration verticale des activités de production, de transformation et de vente. À l'issue des crises de surproduction de 1982-1983, un nombre important de vigneron se mettent à leur compte (Zufferey-Périsset, 2009), dans un mouvement d'intégration verticale – envisageable pour ceux disposant des infrastructures, du savoir-faire et du capital nécessaire – permettant à ceux qui y parviennent de se protéger en partie des fortes variations de prix et d'intégrer une plus grande diversité de valeurs, autant économiques que symboliques (autonomie notamment) découlant de la production de vin. Parallèlement, le niveau de formation (en œnologie notamment) de cette «nouvelle génération» de vigneron-encaveurs est nettement plus élevé que celui des précédentes, selon une étude menée en 2001 (Emery, 2001). Ces «nouveaux» vigneron-encaveurs, apparus au début des années 1980, occupent un rôle déterminant dans les deux ARL analysés ici.

Les vigneron-encaveurs sont regroupés au sein de l'Union des vigneron-encaveurs du Valais (UVEV), laquelle a récemment intégré une organisation plus ancienne qui a très largement contribué à diffuser l'intérêt pour la qualité parmi les vigneron-encaveurs, la Confrérie de St. Théodule, fondée en 1966 (Zufferey-Périsset, 2009, p. 443). Si pour les membres fondateurs de la Confrérie, pionniers d'une viticulture et d'une vinification de qualité (faibles rendements, modération des intrants, dégustation, etc.), cette fusion correspond à la perte d'une philosophie et d'une exclusivité, elle traduit, en revanche, pour les vigneron-encaveurs l'intégration généralisée d'exigences qualitatives élevées et fait écho à l'élévation du niveau de formation et des savoir-faire.

10.2.4 PROVINS

La coopérative PROVINS est un acteur central de la viticulture valaisanne depuis sa création, en 1932. Actuellement, elle compte environ 3 200 membres et encave environ 10 millions de litres par an, ce qui correspond à un quart de la production du canton et à un dixième de la production nationale¹⁵ (OFAG, 2013, p. 8). La coopérative occupe une place ambiguë entre les deux grandes «familles» au sein de l'Interprofession (voir section suivante): elle fait formellement partie de la production puisqu'elle représente l'intérêt de ses

¹⁵ <https://www.provins.ch/fr/pages/societaires-200>.

fournisseurs, alors que, parallèlement, le volume qu'elle met en marché amène sa direction à adopter des raisonnements et à poursuivre des intérêts propres au négoce.

La coopérative PROVINS se distingue historiquement du négoce sur un critère de couleur politique. En effet, il est communément admis dans le canton¹⁶ que les sociétaires de la coopérative sont de sensibilité démocrate-chrétienne (PDC, le parti historiquement majoritaire du canton), alors que les entreprises du négoce sont davantage associées au parti libéral-radical (PLR). Cette rivalité politique sous-jacente, même si elle n'a certainement plus la même vigueur que durant les années 1980, reste cependant en partie opérante au niveau local, comme le révèle le cas de Chamoson.

10.2.5 L'Interprofession

Fondée à la fin de l'année 2000, l'Interprofession de la vigne et du vin du Valais (IVV) est une association faitière composée à parité des familles de la production (vignerons, vignerons-encaveurs et PROVINS Valais) et de l'encavage (négociants). Interlocutrice officielle de l'État du Valais, elle défend les intérêts généraux de la filière (économie, qualité, promotion)¹⁷.

L'IVV remplace l'ancienne structure de branche (OPEVAL)¹⁸, notamment dans le but de renforcer les compétences et l'influence de l'organisation de la branche (Zufferey-Périsset, 2009). Depuis l'entrée en vigueur de l'ordonnance sur la vigne et le vin (OVV) en 2004 (voir *infra*), l'IVV bénéficie de délégations de compétences importantes de la part de l'État du Valais, en termes de contrôle (respect des quotas) et d'arbitrage (niveaux des quotas, dégustations et recours), mais aussi et surtout de promotion des vins du Valais.

En contrepartie, le soutien apporté par le canton est conditionné au fait que l'Interprofession accepte les principes de la stratégie élaborée par le canton (Conseil d'État, 2014). Une charte signée par le chef du Département de l'économie et la direction de l'IVV engage l'Interprofession à respecter différents critères tournés vers la différenciation des vins du Valais. Ces critères visent à concrétiser les recommandations¹⁹ de l'étude définissant la stratégie vitivinicole valaisanne à l'horizon 2015 (Catry, 2009). Un premier mandat de prestations sur trois ans a permis en 2010 l'octroi d'une contribution de 1,8 million de la part du canton. Les objectifs du contrat de prestation portent autant sur la valorisation du vin (montée en gamme, excellence, vins identitaires, valorisation

¹⁶ Tous les entretiens convergent sur ce point, bien que de nombreux acteurs, y compris le représentant de la direction de la coopérative, soulignent que ce clivage s'est amoindri durant la dernière décennie.

¹⁷ www.vinsduvalais.ch.

¹⁸ Organisation professionnelle de l'économie vitivinicole valaisanne.

¹⁹ Bulletin d'information du service de l'agriculture, 25^e édition, avril 2011, p. 29-30.

du concours «Sélection du Valais») que sur celle de la région (promotion de la destination Valais, du patrimoine viticole, de l'offre touristique). La charte souligne en outre le rôle de la «marque Valais» (voir la section sur la stratégie des pouvoirs publics) comme outil de communication²⁰.

Sur le plan interne, le comité de l'IVV est composé de façon à représenter paritairement (autant à l'assemblée générale qu'au comité) les «familles» du négoce et de la production. La position de PROVINS dans la famille de la production lui donne cependant un rôle clé. Durant les années qui ont précédé la création de l'IVV, il était prévu que PROVINS intègre la famille de l'encavage, avant que la coopérative ne change de position juste avant la création de la nouvelle Interprofession²¹. Ainsi, lorsque les objets de décision sont particulièrement conflictuels entre la production et le négoce au sein de l'IVV, PROVINS joue très souvent le rôle d'un arbitre, faisant basculer la majorité d'un côté ou de l'autre²².

10.2.6 La grande distribution

Le segment de la grande distribution s'est fortement transformé durant la période d'étude. On peut résumer ses transformations principales à une forte dynamique de concentration, alors même que le marché suisse était déjà caractérisé par un indice de concentration industrielle élevé dès le début des années 1980. Depuis 2008, le canton dispose d'un outil de *monitoring* pour suivre l'évolution semestrielle de la vente des vins (valaisans) en grande distribution dans toute la Suisse. Cet instrument se révèle précieux pour contribuer au pilotage de la filière (dans la mesure de la disposition des différents acteurs à suivre ce même pilotage), sachant qu'en 2007, plus de 37 % des vins consommés en Suisse étaient vendus par le biais de la grande distribution, comme le souligne le premier rapport publié par l'Observatoire des vins²³.

Cette position de force de la grande distribution a un effet direct sur la distribution des flux de revenus au sein de la filière. Selon une majorité d'interlocuteurs²⁴, la grande distribution opère avec des marges de 40 % sur la vente de vin. À titre de comparaison, les marges du négoce se situent autour de

²⁰ Charte «Le Valais, une destination vitivinicole incontournable au niveau européen à l'horizon 2015», Leytron, le 19 janvier 2011.

²¹ *Le Temps*, 11 novembre 2000.

²² Entretien avec un membre de la direction de PROVINS.

²³ Résumé du premier numéro de l'Observatoire des vins, Sion, 2 juin 2008. Accessible à : www.fvv-vs.ch/filemanager/active?fid=133.

²⁴ En ce qui concerne des distributeurs les plus récents tels que les *hard discounters* Aldi et Lidl, plusieurs producteurs relèvent que les marges sur le vin y seraient très faibles : le vin fonctionnerait comme produit d'appel, les marges étant compensées sur d'autres produits. Non confirmées, ces estimations doivent être considérées avec prudence.

15%²⁵. Outre le prix de vente, les sources de revenu qui alimentent ces marges sont également issues de la participation au référencement dont les fournisseurs s'acquittent pour que leurs vins soient distribués. Un membre de la direction d'une grande entreprise de négoce résume la situation ainsi :

«[...] Vous payez votre place. C'est un argument de négociation [des prix de vente], lorsque vous dites "on arrête de payer". Ce n'est pas seulement eux qui vendent le produit, c'est vous qui leur payez leur magasin [via le référencement] [...] Celui qui est très visible chez Coop, c'est celui qui dépense beaucoup d'argent chez Coop. C'est pas celui que le consommateur demande. [...] Le prix de vente et le référencement sont toujours négociés séparément, donc il faut faire attention à ne pas négocier un prix, puis ensuite manger sa marge en devant passer à la caisse pour le référencement. En gros, 5 % du chiffre d'affaires qu'un négociant fait chez Coop ou Denner est affecté au référencement, ce qui correspond pour nous à environ 20 % de la marge qu'on y dégaje».

Outre ces aspects économiques, le rapport de force sur l'accès aux parts de marché renforce le potentiel de prescription des goûts légitimes (*i. e.* construction des dispositions de réception des consommateurs) qu'exerce la grande distribution, lorsque les vins qui se vendent le mieux ne correspondent pas aux valeurs sensorielles attendues par les producteurs d'une certaine appellation (et/ou d'un cépage). L'enjeu est d'autant plus important lorsque le vin (entendre l'appellation ou le cépage) en question est promu comme emblème de la production vitivinicole de la région. C'est ainsi le cas de la petite arvine (voir la section sur les rivalités en Valais)²⁶, ce qui implique d'entretenir des valeurs sensorielles (arômes spécifiques, complexité, etc.) et symboliques (vin typique, éventuellement d'exception), valeurs qui peuvent entrer en rivalité avec la poursuite de gain économique effectué sur le volume vendu (à bas prix) et avec des profils organoleptiques concurrents (notamment en termes de sucre résiduel). Cette rivalité entre les producteurs d'une appellation et la grande distribution est au cœur de l'ARL de Fully.

10.2.7 Les acteurs politico-administratifs

L'office cantonal de la viticulture (Service de l'agriculture) constitue le principal interlocuteur de la filière. Le directeur de l'Office est porteur d'une vision particulièrement volontariste pour le développement de la filière, s'appuyant sur les conclusions de l'étude stratégique *Viti 2015* (Catry, 2009). La création, en 2008, du poste d'œnologue cantonal renforce significativement

²⁵ Selon des informations ici aussi informelles.

²⁶ La petite arvine tient en effet le rôle de « produit phare » ou « locomotive » dans la stratégie de promotion des vins du Valais (entretien avec un membre du comité de l'IVV). Voir également le « Rapport cépages » (OFAG, OFSP, 2008) qui illustre la demande du Valais d'obtenir l'exclusivité sur l'usage de la mention de cépage « Petite Arvine ».

l'implication de l'État dans le suivi de la qualité des vins valaisans et dans le développement de savoir-faire. Le potentiel de cette implication sur la construction de la ressource est clairement mis en évidence dans le cas de l'ARL de Fully. L'œnologue cantonale est également très impliquée dans l'organisation des concours, notamment «Sélection du Valais», le principal du canton, qui contribue à la différenciation de vins valaisans. L'instrument du concours contribue également à imprimer une certaine orientation à la production de valeurs sensorielles pour certains vins de cépages (voir *infra*). Au sein du même service, l'office des améliorations structurelles est notamment impliqué dans les questions d'entretien et d'aménagement des vignes en terrasses et joue un rôle clé dans la production de valeurs paysagères. Enfin, le chimiste cantonal est l'interlocuteur principal de la filière dans le domaine du contrôle de la conformité des produits avec la réglementation fédérale et cantonale.

10.3 REDÉCOUVERTE DES CÉPAGES AUTOCHTONES

La stratégie hybride qui caractérise la réglementation cantonale du secteur vitivinicole en Valais trouve, paradoxalement, ses fondements dans le processus d'élaboration de l'AOC Valais, qui entre en vigueur en 1991²⁷.

La préparation de l'arrêté AOC en 1989 nécessite d'établir un registre des vignes, complément aux données du cadastre viticole, indispensable à la délivrance des droits de production à chaque producteur: ces droits, les acquis, qui concrétisent le système des quotas de production du dispositif des AOC, sont attribués (donc modulés) par type de cépage. Une «commission d'encépagement» est chargée de la constitution du registre, qui s'appuie sur un relevé des vignes dans l'ensemble du vignoble. Durant ce travail, les commissaires découvrent²⁸ une quantité de spécimens de vignes très âgées (plus de cinquante ans), issues notamment de variétés locales tombées en désuétude (petite arvine, cornalin, humagne rouge, etc.) et proposent au Service de l'agriculture de sauvegarder ces découvertes.

Le projet s'inscrit totalement à contre-courant de la conception des savoir-faire vitivinicoles défendus alors par Changins, pour qui la sauvegarde de vieux cépages est un retour en arrière²⁹: les chercheurs de la station fédérale travaillent sur de nouveaux cépages «techniques», dont certains arrivent à peine sur le marché (gamaret, garanoir, diolinoir, carminoir, etc.), plus résistants aux maladies et adaptés aux conditions régionales de production. Or, les vieux ceps présentent des risques marqués d'accumulation et donc de diffusion de

²⁷ Pour une présentation des enjeux et des jeux d'acteurs conduisant à l'introduction de l'AOC en Valais, qui marque une rupture majeure en introduisant des quotas de production, voir Laesslé (2014, p. 97-116).

²⁸ Entretien avec l'ancien président de la confrérie St. Théodule; entretien avec l'ancien chef de l'office de la viticulture; entretien avec un vigneron-encaveur à Fully.

²⁹ Entretien avec l'ancien président de la confrérie St. Théodule.

virus – ce qui nécessite précisément des analyses pour une sélection de qualité. Un partenariat émerge finalement (Service de l’agriculture, pépiniéristes valaisans et Changins)³⁰ pour préserver ces variétés dans une optique de qualité de vins qui passe cette fois par le maintien de la diversité du patrimoine génétique des vignes, en choisissant les cepes les plus intéressants d’une population, dans une logique inverse à la sélection clonale, pratiquée depuis la fin du XIX^e siècle. Le responsable du Service de l’agriculture en charge de ce programme résume l’enjeu de ce savoir-faire en termes de qualités sensorielles du vin et de potentiel de différenciation :

« [...] La sélection clonale, appliquée depuis 1897, consiste à sélectionner un cep (tête de clone) dans une population et à le multiplier végétativement. Tous les individus obtenus ont donc les mêmes caractéristiques génétiques et sanitaires que la souche mère [...]. Si la sélection clonale permet d’analyser les aptitudes culturales, le niveau de production et la qualité des vins, elle conduit par contre à un rétrécissement de la base génétique des cépages [...]. La sauvegarde de nombreux types variétaux particulièrement intéressants augmentera à long terme la variabilité génétique d’un cépage. La conservation du patrimoine génétique s’avère donc essentielle pour maintenir la diversité et éviter la banalisation et l’uniformisation des produits. [...] La dégustation nous apprend que le meilleur vin issu d’un clone (descendance par voie végétative d’un seul cep) est toujours inférieur à l’assemblage des meilleurs clones. »³¹

Ce travail de sauvegarde fait l’objet d’un programme officiel dès 1991 qui donne son socle à l’accent stratégique porté sur les « spécialités » et les « cépages autochtones » pour la différenciation des vins du Valais. Le responsable souligne en effet l’intérêt de ce développement pour s’extraire de la concurrence :

« [...] Au niveau des pays viticoles du monde, il y a un risque de banalisation de l’encépagement par la plantation de cépages à la mode ou reconnus. Le Valais doit donc orienter sa production plutôt vers des cépages originaux fortement typés et soustraits de ce fait à la concurrence. »³²

Ces démarches de sélection aboutissent à la protection institutionnelle de la « Sélection Valais » à la fin de la décennie, par le biais de l’ordonnance sur l’authenticité du matériel végétal viticole valaisan du 7 juillet 1999 (RSV 916.148), laquelle vise à assurer « l’authenticité du matériel végétal viticole valaisan, à préserver la variabilité génétique des cépages (types différents), à sauvegarder le patrimoine viticole du canton et à permettre la reconstitution

³⁰ Entretien avec l’ancien chef de l’Office de la viticulture.

³¹ Communication de Michel Pont datée d’août 1996, Office cantonal de la viticulture, 5 p. box “OPEVAL août 95 octobre 97”, Archives de l’IVV.

³² *Ibid.*

du vignoble avec un matériel végétal sain susceptible d'améliorer l'authenticité, la typicité et la qualité des vins d'appellation d'origine contrôlée du Valais» (art. 2).

Outre les apports en termes de qualité du matériel végétal (infrastructure) et de savoir-faire viticoles, les producteurs valaisans qui respectent les dispositions de l'ordonnance peuvent faire figurer la mention «Sélection Valais» pour accroître la différenciation de leurs vins.

Analysée dans les termes proposés dans cet ouvrage, la réglementation apportée par la «Sélection Valais» est particulièrement intéressante en ce qu'elle illustre le développement, à l'échelle du canton, de la ressource «appellation de vin du Valais» et la consolidation de l'édifice réglementaire vers la production de plus de valeurs que n'en apporte la seule AOC Valais. En effet, la «Sélection Valais» cible les infrastructures de la ressource et les savoir-faire et les articule pour renforcer la différenciation des vins avec une production accrue de valeurs symboliques (vin typique) et sensorielles (complexité, expression du terroir, arômes spécifiques). En outre, l'accès à ces valeurs est accordé à l'échelle de l'ensemble des acteurs valaisans (pour autant qu'ils respectent les règles d'entretien de la ressource prévue par l'ordonnance Sélection Valais) et renforce l'exclusivité aux frontières du canton. Cette extension de la réglementation révèle l'intensité des jeux d'acteurs – et tout particulièrement l'investissement de ceux qui ont participé à la constitution du registre des vignes et qui sont parvenus à convaincre le Service de l'agriculture de l'intérêt de cette démarche alors anachronique. Surtout, elle révèle l'importance que les acteurs de la filière accordent aux valeurs symboliques associées à la production de vin.

En résumé, l'ordonnance sur la «Sélection Valais» de 1999 renforce la maîtrise des rendements et la valorisation de la qualité découlant de l'AOC par un accent porté sur la préservation et sur la mise en valeur de cépages régionaux. Cette seconde dynamique, qui fait émerger la stratégie de différenciation hybride, est richement consolidée durant la décennie 2000.

10.4 LES APPORTS DES ANNÉES 2000

Au tournant des années 2000, les pouvoirs publics valaisans entament une réflexion générale portant sur l'orientation durable de l'agriculture valaisanne, réflexion qui touche directement le secteur vitivinicole. Plusieurs études (Lehmann *et al.*, 2000; Réviron, 2006) sont mandatées pour proposer des mesures dans cette perspective. C'est dans leur sillage que se consolide la stratégie visant, premièrement, à associer l'AOC et le nom de certains cépages pour développer la différenciation de vins du canton et, deuxièmement à doter, certains cépages d'une dimension géographique exclusive (*i. e.* valaisanne).

Soulignant le fait que la viticulture valaisanne ne peut rivaliser par les coûts de production (incompressibles au-delà d'un certain seuil), les mesures proposées par les rapports successifs visent principalement à mieux segmenter le marché, à accroître l'offre dans les segments supérieurs et, surtout, à déconnecter

au maximum l'offre des marchés de produits conventionnels, menacés par les négociations de l'OMC et la mondialisation des échanges (Lehmann *et al.*, 2000; Révillon, 2006).

Sur la base de ces travaux et des dynamiques orientées vers la qualité engendrées par la mise en place du système des AOC (voir section précédente), la branche vitivinicole valaisanne s'engage dans la valorisation des vins par les cépages, en partie considérés comme locaux et dits « spécialités » du Valais (Conseil d'État, 2000) un objectif confirmé et renforcé en 2009 (Catry, 2009).

Cette section résume les principaux apports de ces différentes études qui renforcent et scellent l'orientation prise par la vitiviniculture du canton durant les années 2000 et qui se concrétisent dans la réglementation cantonale correspondante, par le biais de la refonte de l'arrêté sur les AOC de 1990 en Ordonnance sur la vigne et le vin en 2004³³ (ci-après OVV).

10.4.1 Vers une agriculture valaisanne durable

Deux rapports mandatés par le Conseil d'État ont un impact significatif sur l'orientation du secteur. Le premier est réalisé par l'antenne romande de l'Institut d'économie rurale de l'École polytechnique fédérale de Zürich (EPFZ) (Lehmann *et al.*, 2000).

Ce rapport a pour objectif de dégager des axes stratégiques pour le développement du secteur agricole du canton dans une perspective de cinq à huit ans, afin de fournir les bases pour une planification stratégique. Les auteurs rappellent qu'en termes de rendement brut, la vitiviniculture occupe une place centrale dans l'agriculture du canton : 188 millions, soit 56 % du rendement total ou encore 7 % de l'agriculture suisse (Lehmann *et al.*, 2000, p. 23).

Pour renforcer ce secteur menacé par les effets de la libéralisation et de la mondialisation des échanges sur les marchés de produits conventionnels, les auteurs considèrent que le scénario le plus favorable est celui de la différenciation des produits par des marques distinctives, telles que des AOC et la production de spécialités (p. 55). Ils soulignent les synergies possibles avec la promotion territoriale et indiquent que l'intérêt de cette orientation doit également être apprécié à l'aune de l'organisation des acteurs : les initiatives régionales et notamment les AOC ont jusqu'ici permis de structurer les acteurs de la filière, fournissant ainsi la base pour une action concertée « *nécessaire afin d'assurer une répartition équitable des charges et des bénéfices économiques des efforts engagés* » (p. 56). Les initiatives d'organisation de la filière auxquelles le rapport fait référence se sont en effet concrétisées l'année de parution du rapport, par la création de l'Interprofession de la vigne et du vin (IVV), qui succède à l'OPEVAL et qui se révèle depuis un acteur majeur du pilotage de la branche.

³³ Ordonnance sur la vigne et le vin du 17 mars 2004, RO/VS 916.142, dernière révision en 2009.

Ce premier rapport de l'EPFZ est intéressant à double titre. Premièrement, du point de vue de la stratégie des acteurs valaisans, il fournit une caution scientifique pour le renforcement de l'option d'une mise en valeur par la différenciation des vins (via l'AOC et les cépages « spécialités »). Deuxièmement, d'un point de vue analytique, il confirme la nécessité de prendre en compte la diversité de valeurs ajoutées – autres que les gains économiques –, valeurs sur lesquelles le secteur vitivinicole a un impact direct.

10.4.2 Accent sur les cépages et les spécialités

Parallèlement à la première étude sur l'avenir de l'agriculture mandatée à l'EPFZ, le Conseil d'État met sur pied, dès 1998, une commission ayant pour but de « [...] réfléchir à l'avenir de la viticulture en Valais » (Zufferey-Périsset, 2010, p. 12). Son travail s'étale sur deux ans et réunit différents professionnels de la branche, valaisans et étrangers, qui développent l'orientation lancée par le Conseil d'État. Ce mode opératoire est maintenu durant la décennie qui suit et traduit l'ampleur de la réflexion stratégique sur laquelle s'appuie la politique vitivinicole du canton.

Le rapport de cette commission, dit rapport *Viti 2006*, publié en 2000 (Conseil d'État, 2000), prend notamment acte de l'évolution du marché, des différents types de consommateurs et des nouvelles attentes en termes de goût, dans un contexte global où « l'économie vitivinicole a subi de plein fouet les accords de Marrakech [OMC] ». À l'aune de l'importance de la filière, au niveau cantonal et suisse, en termes économiques mais également environnementaux et surtout culturels, les auteurs soulignent l'importance de la cohésion des acteurs de la branche. La part d'achats effectuée en grande distribution ainsi que la forte concentration des distributeurs induisent un risque marqué de pression sur les prix et mettent en évidence le besoin de cohésion des acteurs pour parvenir à une position forte dans les négociations (Conseil d'État, 2000).

Concrètement, le rapport propose différents axes d'action : communication de l'image du Valais comme « Vallée du vin, pays du sud, du soleil et de la qualité », valorisation touristique du paysage, intensification des collaborations avec les hautes écoles et mise en place d'un observatoire du marché du vin ou encore d'une nouvelle AOC « Valais terroir » ayant pour but de valoriser les cépages autochtones, avec comme objectif d'obtenir « 25 % d'encépagement en spécialités d'ici à 2010 ».

Si toutes ces propositions ne sont pas retenues, *Viti 2006* pose les premiers jalons de la vision globale du développement de la branche et fournit les premiers objectifs stratégiques dans la mise en valeur des cépages autochtones.

Ces conclusions sont renforcées en 2006 par le mandat de mise à jour du premier rapport pour une agriculture durable (Réviron, 2006). Ce second volet confirme l'intérêt stratégique de l'organisation collective des acteurs de la branche, ce qui va dans le sens des initiatives menées par les pouvoirs

publics depuis l'introduction des AOC. L'auteur souligne également l'utilité de poursuivre la différenciation par les spécialités, dont le développement prudent mais progressif a permis de maintenir les prix à un niveau relativement élevé. Ces vins ont par ailleurs un impact positif sur l'ensemble de la filière: « *Ces produits d'image, en soulignant la qualité œnologique de la région, tirent l'ensemble de la production des vins valaisans* ». (2006, p. 17)

10.4.3 Entretien du paysage viticole

Une des problématiques centrales qui affectent la qualité du paysage viticole du canton, dont la valeur visuelle et culturelle est caractérisée essentiellement par la mosaïque fragmentée des parcelles de vigne en terrasses et surtout par leurs murs de soutènement en pierres (souvent sèches) au fil des coteaux, est celle du déclin de l'entretien des murs. L'abandon de la culture de certaines parcelles par des nouvelles générations de propriétaires qui sont moins enclines à y affecter leur temps libre³⁴ et surtout le coût que représente l'entretien des murs pour des vigneronns sont les principales menaces qui pèsent sur la qualité du paysage de vigne en terrasses.

Deux rapports financés pour partie par l'État du Valais abordent quasiment simultanément deux aspects de cette problématique durant l'année 2001. Le premier est réalisé dans le cadre d'un projet international INTERREG II (Emery, 2001). Selon les auteurs, la problématique de l'abandon découle de l'internationalisation du marché du vin :

« Le vent libéral qui souffle [...] sur l'agriculture en particulier [...] a connu une ampleur particulière au cours de la dernière décennie. Le monde vitivinicole n'a pas échappé à cette turbulence, et la croissance considérable de l'internationalisation du marché des vins a placé les régions viticoles dites de montagne, principalement celles à forte pente et en terrasse dans une situation de concurrence économique difficile à supporter. » (Emery, 2001, p. 5)

En conclusion, ce rapport propose diverses mesures, allant des améliorations foncières et infrastructurelles (regroupements parcellaires et accès) au subventionnement pour le maintien du patrimoine paysager en passant par un renforcement de la collaboration avec le tourisme pour valoriser le produit et l'image du vignoble en terrasses (2001, p. 66).

Le second rapport (Parvex & Turiel, 2001) se concentre sur la question des murs en pierres sèches, dont la valeur paysagère et environnementale est particulièrement saillante (absence de mortier/béton, biodiversité)³⁵. Dans cette optique, il propose des mesures de subventionnement plus ciblées que le rapport

³⁴ Et également le manque d'attrait de certaines parcelles qui rend plus difficile une reprise par des professionnels.

³⁵ Voir notamment de Fossey (2004) pour le cas du vignoble de Lavaux.

précèdent pour assurer le maintien des murs et ainsi la valeur du paysage. Les enjeux soulevés par le rapport et les mesures qu'il introduit se retrouvent dans l'ARL du cas de Fully.

10.4.4 Synthèse intermédiaire

L'apport des années 2000 consolide la stratégie de différenciation axée à la fois sur l'AOC Valais et sur la mise en valeur de certains cépages, les « spécialités ». Les multiples apports du monde de la recherche appliquée ainsi que l'expertise apportée par les professionnels, locaux comme étrangers, dans le groupe de réflexion *Viti 2006* convergent et affinent les contours de la politique vitivinicole du canton qui découle des premières AOC de 1990. L'ensemble de ces contributions accordent, sans exception, une place importante à la poursuite de valeurs symboliques (vin typique, paysage identitaire) et sensorielles (complexité, expression du terroir, arômes spécifiques) dans la construction des règles destinées à la différenciation des vins du Valais.

Ce travail d'élaboration de la stratégie cantonale se concrétise par une refonte de la réglementation vitivinicole en 2004, regroupant différents textes distincts jusqu'ici et qui prend la forme de l'ordonnance sur la vigne et le vin³⁶. La section qui suit présente les logiques de différenciation prévues par l'ordonnance, qui définit le principal cadre réglementaire sur lequel se construisent les deux ARL des études de cas.

10.5 L'ORDONNANCE SUR LA VIGNE ET LE VIN

L'ordonnance sur la vigne et le vin du 17 mars 2004 (OVV)³⁷ fixe les règles de la production de vin pouvant faire usage du label AOC ainsi que d'autres mentions permettant une différenciation plus spécifique du vin. Les bases légales de cette ordonnance sont fixées dans la loi cantonale du 8 février 2007 sur l'agriculture et le développement rural (LcADR)³⁸. Nous considérons que cette ordonnance représente la « colonne vertébrale » des deux arrangements analysés dans les études de cas (voir *infra*). D'autres instruments issus de la même politique publique (ainsi la « Sélection Valais ») ou à mi-chemin entre celle-ci et la propriété intellectuelle (la « Marque Valais » par exemple) complètent la réglementation cantonale. Pour conclure cette section, nous synthétiserons la stratégie cantonale telle qu'elle est portée par le principal acteur politico-administratif à l'heure de notre travail de terrain (2011-2013).

³⁶ Ordonnance sur la vigne et le vin du 17 mars 2004, RO/VS 916.142.

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Loi cantonale du 8 février 2007 sur l'agriculture et le développement rural (LcADR), RS/VS 910.1.

10.5.1 Une seule AOC pour l'ensemble du canton

Par cette ordonnance, le Conseil d'État valaisan vise à « [...] *promouvoir la qualité, et l'authenticité du vignoble, du raisin et du vin du Valais, d'assurer la pérennité du secteur vitivinicole et de favoriser la commercialisation des vins valaisans* ». (art. 1 OVV)

Dans ce but, les pouvoirs publics font le choix de n'avoir qu'une seule appellation d'origine contrôlée, qui couvre l'ensemble du périmètre cantonal – ou plus exactement le cadastre viticole du canton –, l'AOC Valais (art. 37, OVV). Cette logique est adoptée dès l'introduction des AOC en 1990 (voir Laesslé, 2014). Les critères de production (voir *infra*) donnant droit à l'utilisation de l'appellation Valais sont facilement atteignables par les producteurs, sachant qu'en 2010, par exemple, 99,7% de la production ont droit à l'AOC (Office de la viticulture, 2011). Une partie du raisin est déclassée en vin de pays dans un deuxième temps, lors de la commercialisation. Cette pratique n'est pas spécifique au Valais, mais commune au vignoble suisse³⁹.

L'ordonnance fixe des seuils de maturité ainsi que des plafonds de rendement donnant droit à l'AOC, des critères définis de façon différenciée selon les cépages. Le degré Oechsle (Oe) minimum exigé segmente les cépages blancs en trois groupes: le groupe du fendant doit sonder au minimum à 70,6°, celui de l'humagne blanc et du rëze – cépages autochtones – à 80,3 et enfin, celui contenant l'amigne et l'arvine – autochtones également – à 85,6° au moins. Tous les cépages rouges doivent quant à eux atteindre 83°Oe (art. 41, OVV). Les plafonds de rendements correspondent à ceux fixés au niveau fédéral⁴⁰, soit 1,4 kg/m² pour le chasselas et 1,2 kg/m² pour les autres cépages. En revanche, le coupage des vins AOC avec des vins (AOC) non valaisans est exclu (art. 46, OVV), ce qui rend les règles d'exploitation de l'appellation Valais plus exigeantes que la législation fédérale qui autorise 10% de coupage (chapitre 6).

La stratégie de différenciation «hybride» dont les fondements ont été présentés plus haut, se traduit sous forme réglementaire dès l'art. 32 de l'ordonnance, qui définit les cépages «autochtones et traditionnels», dont les deux groupes forment la majorité des 49 cépages autorisés pour l'AOC Valais. Cette liste de définition comporte également entre parenthèses les (éventuelles) dénominations traditionnelles ou la terminologie alternative utilisée en Valais pour désigner certains cépages (voir Figure 16).

³⁹ Le Conseil fédéral relève à ce titre que 99% de la vendange suisse correspond désormais aux critères de qualités AOC. Or, la segmentation du marché pour la commercialisation soulève de sérieux problèmes de rétribution aux producteurs dans la mesure où le prix du vin de pays ne couvre pas les coûts de production de l'AOC (Conseil fédéral, 2006, p. 6122).

⁴⁰ Ordonnance sur la viticulture et l'importation de vin (Ordonnance sur le vin) du 14 novembre 2007, RS 916.140.

Figure 16 Les cépages autochtones et traditionnels

1. Sont considérés comme cépages autochtones les cépages suivants :
 - a) *Cépages blancs*
Amigne, Petite Arvine, Humagne blanc, Rèze ;
 - b) *Cépage rouge*
Cornalin du Valais (Rouge du Pays).
2. Sont considérés comme cépages traditionnels les cépages suivants :
 - a) *Cépages blancs*
Chardonnay, Chasselas, Gouais (Gwäss), Himbertscha, Lafnetscha, Marsanne blanche (Ermitage), Muscat, Pinot blanc, Pinot gris (Malvoisie), Riesling (Petit Rhin), Müller-Thurgau ou Riesling-Sylvaner, Roussanne, Savagnin blanc (Païen ou Heida), Sylvaner (Gros Rhin) ;
 - b) *Cépages rouges*
Durize (Rouge de Fully), Eyholzer Roter (Rouge de Viège), Gamay, Humagne rouge, Pinot noir, Syrah.

Adapté de l'art. 32, OVV

Cette typologie des cépages ne précise pas les critères utilisés pour qualifier la nature « autochtone » ou au contraire « traditionnelle » d'un cépage, qui tient – on s'en doute par ailleurs – à une démonstration ampélographique de l'origine (géographique) génétique d'un certain cépage⁴¹. Cependant, sous cette simple forme, elle apporte déjà une reconnaissance institutionnelle (et du même coup une base légale cantonale) au caractère identitaire de certains cépages. Entre les lignes, cette typologie semble dire à peu près cela : « *Ces cépages sont autochtones, d'une certaine manière ils sont nés ici il y a fort longtemps, donc ils nous transmettent un peu de l'histoire et de la culture du vin spécifique et authentique du canton* » ; « *ces cépages sont traditionnels, donc oui on les cultive aussi ailleurs, ils sont d'ailleurs peut-être nés ailleurs, mais beaucoup de gens les cultivent et les vinifient ici depuis longtemps et ils correspondent à l'image de notre culture du vin* ». Cette interprétation n'engage bien sûr que l'auteur de cet ouvrage, mais elle est confirmée par le travail politique mené par le canton au niveau fédéral pour renforcer l'exclusivité des instruments de différenciation des vins du Valais. En effet, l'intervention visant (avec succès) à forcer la main légaliste et réticente de l'OFAG pour faire inscrire la petite arvine sur la liste des dénominations traditionnelles, la rendant ainsi exclusive aux producteurs valaisans (voir chapitre 6), gagne en légitimité avec une telle base (légale) cantonale, quand bien même celle-ci est contraire aux règles internationales de la propriété intellectuelle.

⁴¹ L'ampélographie est la science de l'identification et de la description des cépages. Voir les travaux de référence réalisés par le généticien et ampélographe suisse José Vouillamoz, au sujet de la petite arvine, du cornalin ou de l'humagne rouge, ce dernier se révélant identique au cornalin du val d'Aoste (où l'arvine est également cultivée de longue date), cité dans Zufferey-Périsset (2009, p. 527).

Dans le prolongement de l'intérêt porté aux cépages, l'ordonnance prévoit que les communes définissent des secteurs d'encépagement sur leur territoire viticole (art. 14, OVV). Cet outil a pour but de favoriser l'implantation des cépages sur les sols qui leur sont le plus favorables. La définition des secteurs d'encépagement⁴² s'appuie sur un travail systématique d'étude et de documentation du sol terminé en 2007 dans le cadre du projet d'étude des terroirs viticoles valaisans (Rapport Sigales, 2007)⁴³. Cette étude est le prolongement, dans le canton du Valais, de l'étude des terroirs vaudois présentée au chapitre 7. Concrètement, chaque secteur prévoit quel cépage est « adapté, autorisé, mal adapté ou interdit », l'interdiction d'un cépage sur un secteur privant le producteur du droit à l'AOC.

Cet outil favorise une mise en relation des savoir-faire et des infrastructures (parcelles et cépages) particulièrement fine et localisée, qui a pour but d'accroître la production de valeurs sensorielles (expression du terroir, arômes spécifiques) pour les vins de cépages du canton.

10.5.2 Des dénominations traditionnelles des cépages

Le cœur du mécanisme institutionnel (réglementaire en l'occurrence) qui concrétise la stratégie d'hybridation de l'AOC Valais avec les « spécialités », cépages autochtones ou traditionnels, est fixé au chapitre 8 de l'ordonnance, qui définit les « *dénominations traditionnelles des vins AOC* », lesquelles ont pour but de contribuer à la production de valeurs symboliques pour l'appellation Valais.

Les articles 49 à 58 détaillent, d'une part, la composition des vins issus (potentiellement) de plusieurs cépages, comme la dôle, ou liés à un cépage spécifique, comme l'œil-de-perdrix (pinot noir exclusivement). D'autre part et surtout, ces articles définissent le synonyme du nom de cépage ou la terminologie d'usage en Valais pour désigner certains cépages comme étant des dénominations traditionnelles⁴⁴ : le fendant est issu exclusivement du cépage chasselas, le johannisberg issu du sylvaner, le Païen/l'Heida⁴⁵ du savagnin

⁴² Office de la viticulture, 2011, p. 25.

⁴³ « *L'étude des terroirs viticoles valaisans a été lancée le 18 février 2004 et s'est terminée en mai 2007 avec comme objectif de caractériser les unités de sols rencontrés dans le vignoble valaisan, afin d'en faire une cartographie complète. Une étude générale du climat valaisan a complété l'étude des sols, créant ainsi un véritable outil d'analyse et de gestion des potentialités des différents vignobles. L'étude des terroirs, dont le coût s'élève à Fr. 700 000.-, a été financée par l'Interprofession de la vigne et du vin du Valais et par le canton, service de l'agriculture. Les membres de Vitival, association des viticulteurs valaisans en production intégrée, ont assuré le creusement des profils et son financement. Certaines communes ont pris en charge les frais de creusement* ». Extrait du site du service de l'agriculture du canton du Valais : <https://www.vs.ch/web/sca/etude-des-terroirs>.

⁴⁴ Qui ne correspondent bien entendu pas à la définition juridique fédérale des dénominations traditionnelles, comme nous l'avons montré en conclusion du chapitre 6.

⁴⁵ Seule dénomination traditionnelle à correspondre aux critères internationaux selon l'OFAG et inscrite par cette dernière sur la liste de l'ordonnance fédérale sur le vin (RS 916.140).

blanc, la malvoisie du pinot gris, l'ermitage de la marsanne blanche, la petite arvine du cépage arvine, et enfin le cornalin du rouge du pays.

En termes de composition, les vins portant des dénominations traditionnelles et tous les vins AOC ont droit à une part d'adjonction (assemblage avec d'autres cépages)⁴⁶ jusqu'à concurrence de 15 %, à l'exception du fendant, qui doit provenir exclusivement de chasselas. Cette restriction sur le « *vin de soif* » emblématique du canton vise à empêcher toute tentative de modifier, par l'adjonction d'un cépage aromatique, le profil sensoriel de ce vin typique.

Encadré 15. La ruse de la petite arvine

Le cas le plus intéressant parmi les dénominations traditionnelles est certainement celui de la petite arvine. Sa définition dans l'ordonnance du Valais (art. 54a: ajouté en modification de l'ordonnance le 20 juin 2007) diffère légèrement des autres dénominations traditionnelles. Petite Arvine y figure entre guillemets (contrairement à toutes les autres dénominations du même type), et la formulation spécifie avec redondance (et contrairement à toutes les autres dénominations du même type également) qu'il s'agit de la « *dénomination traditionnelle du vin AOC issu du cépage Arvine* ».

Cette insistance traduit, premièrement, la détermination des pouvoirs publics à protéger cette dénomination contre la volonté de la Confédération. Deuxièmement, la formulation de l'article fait l'objet d'une « ruse », qui permet de souligner le caractère spécifique et traditionnel (et donc pas uniquement de simple synonyme de nom de cépage, dans la mesure où le nom officiel du cépage est ici dépourvu de l'épithète « petite » qui le précède habituellement). S'il est encore courant en Valais d'employer uniquement le qualificatif d'« Arvine » pour la petite arvine, ce qui pourrait expliquer la terminologie retenue pour le cépage dans cet article, c'est pourtant bien la « Petite Arvine » que l'ordonnance qualifie, quelques articles plus tôt (art. 31, al. 1, let. a) de cépage autochtone. Cette acrobatie, dont il est peu probable qu'elle ne soit qu'une maladresse dans la cohérence légistique et terminologique de l'ordonnance, ainsi que la véhémence avec laquelle le canton a cherché à faire protéger la dénomination de « Petite Arvine », nous conduit à qualifier cet article de ruse. À tout le moins, il révèle la créativité des acteurs cantonaux pour tordre le droit fédéral et ainsi apporter une base légale à un cépage qui est utilisé comme « locomotive »⁴⁷ dans la promotion faite par l'Interprofession.

⁴⁶ « L'adjonction consiste à ajouter à des vendanges, moûts ou vins valaisans un pourcentage limité de vendanges, moût ou vins valaisans de même origine et de même catégorie, mais issus d'autres cépages ».

⁴⁷ Entretien avec l'œnologue cantonale.

10.5.3 Dénominations communales et Grand cru

Le chapitre 9 de la même ordonnance poursuit quant à lui la logique de différenciation hybride sur le versant des dénominations d'origine correspondant à des périmètres géographiques plus restreints au sein du canton, telles que château, domaine, clos, par exemple, ou encore les dénominations de communes. La principale exigence permettant de faire figurer la dénomination d'une commune pour différencier un vin requiert qu'au moins 85 % du raisin proviennent de l'aire de la commune et les 15 % restants d'une commune limitrophe (art. 63).

La dénomination de commune occupe une place importante dans le dispositif de différenciation des appellations dans la mesure où de nombreuses communes viticoles valaisannes ont acquis, sur la base des caractéristiques de leur terroir, une certaine réputation depuis plusieurs décennies, en général en association avec un cépage particulier, comme le pinot noir de la commune de Salquenen ou le johannisberg de celle de Chamoson. L'importance des dénominations communales dans le dispositif valaisan est soulignée par la logique de conception de l'appellation Grand cru, qui doit obligatoirement être adossée à une appellation communale (art. 94).

Sommet de la pyramide de différenciation, la réglementation vitivinicole définit l'appellation Grand cru comme « *un vin de qualité supérieure, qui met en avant la typicité des terroirs et la spécificité des cépages autochtones et traditionnels du Valais* » (art. 85, al. 1). Cette appellation incarne ainsi la quintessence de la logique hybride de différenciation. De fait, ce sont les communes qui sont compétentes pour définir un règlement Grand cru, pour les meilleurs des vins portant leur dénomination d'origine (communale). L'ordonnance fixe des exigences minimales (raisin issu à 100 % de la commune, seuil de maturité, plafond de rendement, délai de mise en marché du vin, etc.). Surtout, elle réserve la distinction de Grand cru à une liste de 15 cépages (art. 88), constituée des cépages autochtones et traditionnels uniquement.

Les communes qui souhaitent qu'un tel vin soit produit sur leur territoire ont la charge de se doter d'un règlement qui définit des exigences supplémentaires concernant l'usage des cépages selon les terroirs, la délimitation des périmètres, les règles de dénomination, de contrôle et de financement du dispositif (art. 85-86).

Si la logique de différenciation et la définition de détail des Grands crus sont laissées aux communes, tous les vins valaisans qui satisfont aux critères pour entrer dans cette catégorie doivent toutefois adopter un « *signe distinctif et uniforme* » permettant d'identifier les vins Grand cru à la commercialisation, définis par l'Interprofession (art. 96). Ce dernier point, qui renvoie à la production des valeurs symboliques de contenant distinctif et de vin d'exception, met en tension la distribution des valeurs symboliques entre les communes « Grand cru » et le canton, dans la mesure où le support visuel distinguant ces

vins d'exception (une bouteille à la forme particulière par exemple) doit être accessible à tous les producteurs du canton. À ce titre, cette disposition fait l'objet de rivalités majeures entre certaines communes productrices de Grand cru et l'Interprofession, comme le cas de Fully le révèle (voir *infra*).

10.5.4 Synthèse intermédiaire

L'ingénierie institutionnelle prévue par l'ordonnance sur la vigne et le vin du 17 mars 2004 est la pièce maîtresse de la réglementation cantonale. Elle vise à ancrer une stratégie de différenciation alimentée et conçue durant la décennie précédente, qui hybride la logique des appellations d'origine avec celle des cépages et s'efforce d'extraire l'utilisation de certains noms de cépages du domaine public pour les faire entrer dans un dispositif exclusif, à la faveur du Valais, en tordant les règles de la propriété intellectuelle (dont relèvent les «dénominations traditionnelles» telles qu'elles sont prévues par le régime fédéral).

10.6 STRATÉGIE ACTUELLE DES POUVOIRS PUBLICS

L'architecture réglementaire prévue par l'ordonnance s'accompagne d'un travail de mise en œuvre particulièrement volontariste mené au sein du service de l'agriculture, qui prolonge et alimente la logique ayant mené à la conception de la stratégie hybride concrétisée dans l'ordonnance. Selon le chef de l'Office de la viticulture, «*L'État défend une stratégie de différenciation, autant du Valais par rapport au reste (du monde) que les stratégies de communes qui veulent se différencier*». Plus concrètement, la stratégie actuelle de l'Office de la viticulture s'appuie sur les conclusions de l'étude *Viti 2015* (Catry, 2009), livrée en 2009. Celle-ci propose une approche «intégrée» du développement du secteur vitivinicole, qui inscrit la filière dans la promotion globale du canton, notamment sur le plan touristique⁴⁸. L'étude a pu s'alimenter du *monitoring* particulièrement important dont s'est doté le service de l'agriculture pour le pilotage de la filière. Il s'agit de l'observatoire des vins valaisans en grande distribution, qui collecte depuis 2008 les données (prix, quantité, type de vin) portant sur l'ensemble des ventes de la grande distribution suisse⁴⁹.

Le rapport s'inscrit dans la continuité de la perspective et des conclusions adoptées par les études mandatées précédemment (Lehmann *et al.*, 2000; Réviron, 2006), notamment en ce qui concerne la mise en valeur des «spécialités» dans le cadre de l'AOC. Ses conclusions soulignent l'importance de la gestion collective de la filière et l'intérêt d'un meilleur contrôle de la distribution. L'objectif d'une montée en gamme de l'ensemble de la production,

⁴⁸ Pour une analyse détaillée des conclusions du rapport, voir Laesslé (2014, p. 126-130).

⁴⁹ Communiqué de presse, Département de l'économie et du territoire, Sion, 2 juin 2008.

dans le but d'assurer un accroissement de la valeur ajoutée pour toute la filière, nécessite une prise de distance vis-à-vis de la grande distribution.

Sur ce point, la question de la coordination, autant au sein de la filière que dans sa relation avec les pouvoirs publics, apparaît comme enjeu central pour l'avenir du secteur. Le chef d'office souligne le besoin de coordination entre les acteurs de la filière, particulièrement parmi les vigneron-encaveurs et le négoce; une coordination qui fait encore défaut selon lui, dans la mesure où beaucoup d'entreprises de négoce «jouent» trop le jeu de la grande distribution (*i. e.* vente de volumes à faible prix), ce qui rend difficile de lancer une dynamique collective de valorisation des prix et d'entretien de la qualité.

Afin de modifier le rapport de force actuellement favorable à la distribution, selon lui et selon le rapport *Viti 2015* (Catry, 2009, p. 75), le chef de l'office encourage les acteurs cantonaux à s'entendre afin d'éviter une concurrence par les prix :

« Si on part du principe qu'en Valais on produit environ 40 millions de litres par an, c'est ridicule au vu de la production mondiale, donc si on n'arrive pas à s'entendre, on est vraiment des tabourets. [...]. La concurrence doit se faire en termes de qualité, de relation, de spécificité. C'est une ânerie de faire une concurrence en termes de prix, on n'est pas capable de produire à bas coût. »⁵⁰

En outre, cette coordination des acteurs, dont le côté d'entente cartellaire est assumé par le chef de l'office, doit également permettre d'opérer des choix en termes de distribution :

« Le problème, c'est qu'on trouve de tout partout. J'ai vu des exemples où la même bouteille était moins chère en grande surface qu'au prix de sortie cave avec rabais et promotion. C'est du suicide. Actuellement on a 15 % de vente directe, donc j'ai proposé qu'on tende vers 30 % d'ici dix ans [...]. On doit choisir à qui on vend, quoi, et à quel prix. C'est l'essentiel. Moi je défends une appellation, avec une question de pérennité. Il y a une notion d'association dans l'AOC qui par définition, crée des ententes, certains diront associations de malfaiteurs, alors qu'il devrait y avoir de la concurrence, etc. Le Gruyère, c'est un succès commercial, parce que les producteurs se sont entendus entre eux. Sinon, ça sert à quoi les appellations ? »⁵¹

Or, dans cette perspective, la qualité de la coordination entre l'Interprofession et l'État, à l'heure de l'étude de terrain (fin 2013) est loin d'être satisfaisante. Deux indicateurs révèlent clairement la persistance de rivalités transversales à la filière, notamment entre les règles d'entretien de la ressource défendues par l'État (et spécifiée dans le rapport *Viti 2015*) et les aspirations à plus court terme

⁵⁰ Entretien avec le chef de l'Office de la viticulture.

⁵¹ *Ibid.*

de certains acteurs du négoce, qui se traduisent par plus de tension au sein de l'IVV (voir section suivante). Le premier indicateur de cette discordance apparaît dans la réduction du financement obtenu par l'IVV pour le nouveau contrat de prestation qui la lie à l'État. Selon le responsable de l'office, cette perte découle du fait que l'Interprofession rejette la stratégie proposée par *Viti 2015*.

Le second indicateur de l'absence de stabilisation des rivalités au niveau de la filière est fourni par les discussions récentes au sein de l'Interprofession quant à la définition du Grand cru (voir Encadré 16).

Encadré 16. Rivalités quant au contenant distinctif pour les vins Grand cru

La définition du signe distinctif que doivent arborer les vins Grand cru, définition dont l'Interprofession a la compétence, soulève des rivalités durant toute l'année 2013⁵². Après de nombreuses hésitations et plusieurs retournements de dernière minute au sein du comité – un thème qui a fait l'objet d'innombrables discussions et des plus folles rumeurs qui nous ont accompagné durant tout le travail de terrain – l'Interprofession a finalement décidé (fin 2013) d'utiliser une bouteille à la forme distinctive. En l'occurrence une bouteille utilisée jusqu'ici par une commune productrice de Grand cru, qui proposait de céder ses droits sur cette bouteille à l'Interprofession. En retenant finalement l'option la plus contraignante en termes d'infrastructure (l'usage d'une bouteille spécifique est bien plus contraignant que celui d'une étiquette additionnelle, d'un macaron ou d'une contremarque particulière), l'Interprofession s'est privée du soutien de la majorité des communes productrices de Grand cru et s'est même attiré les foudres des deux plus importantes et renommées dans ce segment de qualité (Fully et Salquenen), qui ont même discuté durant l'année 2013 de l'opportunité de sortir du dispositif Grand cru, ajoutant ainsi de la confusion dans la hiérarchisation des distinctions de qualités au sein de l'AOC. À tout le moins, les frasques qui accompagnent le sort des Grands crus du Valais ne révèlent pas une filière favorablement disposée à une action collective coordonnée.

Malgré ces limites à la mise en œuvre organisée d'une stratégie pourtant solidement construite, le service de l'agriculture s'engage dans la poursuite de ses objectifs en s'appuyant sur différents leviers⁵³. Le premier est celui de la formation

⁵² Comme le montre le nombre de *post* traitant de ce sujet sur le blog tenu par un journaliste expert du secteur vitivinicole valaisan : <http://valaisduvin.com/2013/04/19/bouteille-grand-cru-suite-et-pas-fin/>.

⁵³ Entretien avec le chef de l'Office de la viticulture.

dispensée par l'école d'agriculture cantonale: le cursus pour les cavistes et les viticulteurs a intégré de la matière renforçant les connaissances quant à la vente et à l'importance de l'accueil de la clientèle, afin de sensibiliser les candidats à la notion de filière cantonale (dans une logique intégrée). Les 12 ha du domaine viticole du Grand Brûlé, propriété de l'État, tiennent lieu quant à eux de «*centre de compétence pour les cépages autochtones et traditionnels du Valais*»⁵⁴. Là sont menées de nombreuses expériences de sélection et de vinification comparatives, afin d'alimenter les pépiniéristes du canton avec les meilleurs clones possible de cépages autochtones issus d'une sélection massale⁵⁵ préalable («Sélection Valais») et d'apporter des conseils et une expertise technique aux producteurs. En outre, le travail fait au domaine du Grand Brûlé participe à l'ensemble des activités de «recherche & développement» que l'État soutien dans le domaine vitivinicole, généralement en collaboration avec la haute école cantonale (HES-SO Valais) ou avec la station de recherche/école d'ingénieurs-œnologues de Changins.

À ces outils s'ajoute un instrument de certification, qui s'appuie sur une marque privée, par le biais du label Valais excellence. Ce label est directement lié à la «marque Valais»⁵⁶ et aux «valeurs» qu'elle défend. Cet outil de promotion économique, lancé par le canton en 2012, vise à apporter une triple garantie au consommateur: «*l'origine valaisanne de l'entreprise, une double certification du management de l'entreprise (certification ISO 9001 pour la qualité et ISO 14001 pour l'environnement), ainsi qu'un engagement de l'entreprise dans une démarche citoyenne à l'égard du Valais et de ses habitants*»⁵⁷.

En résumé, on observe que les pouvoirs publics – dont l'action la plus importante passe par le chef de l'Office de la viticulture – poursuivent de façon volontariste la stratégie de l'étude *Viti 2015*. Le chef d'office souligne en conclusion que «*la viticulture c'est du commerce, c'est pas de la politique, c'est une branche de l'économie viticole, susceptible de bien nourrir son homme*». Si l'on se fie à la littérature présentée dans le présent ouvrage, même la plus modeste

⁵⁴ Tiré de <https://www.vs.ch/web/sca/domaine-du-grand-brule>. Le contenu du site a été modifié depuis.

⁵⁵ La sélection massale consiste à choisir un sarment sur les meilleurs ceps pour multiplier les plants.

⁵⁶ La marque Valais a pour but de fonctionner comme «[...] un signe de reconnaissance de provenance et de qualité pour des produits emblématiques du Valais. La marque Valais est une marque collective multisectorielle qui a comme ambition de promouvoir le Valais auprès des consommateurs et des hôtes. Par la marque Valais, le consommateur doit avoir la certitude d'acheter et de consommer un produit de qualité mais qui, en plus, provient d'une entreprise soucieuse du respect de l'environnement et de l'éthique sociale». (<http://www.valais-community.ch/fr/contenus/all/la-marque-valais-0-16>.) Le label Valais excellence, adossé aux valeurs de la marque, permet de certifier les entreprises qui satisfont aux exigences de cette dernière et leur accorde l'usage du logo pour différencier leur produit. Le label lui-même est déposé comme marque privée (n° swissreg 593674). La marque Valais est gérée par la corporation de droit public instituée par l'ordonnance sur la création de la société de promotion du Valais du 12 décembre 2012 (RO VS 900.150).

⁵⁷ <http://www.valais-excellence.ch/fr/pages/public/label-valais-excellence-13>.

ébauche d'explication de l'orientation qu'adopte le secteur vitivinicole ne saurait faire l'économie de la dimension proprement politique des choix opérés. La genèse de la stratégie *Viti 2015* elle-même en apporte déjà l'illustration; or, c'est cette dimension politique, qui se traduit par les jeux d'acteurs au cœur de la construction de la ressource, que nous cherchons ici à mettre en lumière. Les rivalités qui parcourent encore la filière renvoient elles aussi aux rapports de force qui la structurent, et donc à ses aspects essentiellement politiques.

10.7 RIVALITÉS SUR LES VALEURS DE L'APPELLATION VALAIS

À l'échelle du canton apparaissent différentes formes de rivalités dont on retrouve les équivalents au niveau communal des études de cas. Les plus saillantes sont présentées ici. Cet exercice révèle que la lecture en termes de ressource peut être appliquée à différentes échelles. À l'aune des points déjà présentés dans ce chapitre, il semble tout à fait pertinent de considérer l'appellation Valais comme ressource, même sans que l'analyse n'approfondisse les jeux d'acteurs de manière identique dans les études de cas. L'enseignement principal est surtout que ces échelles sont généralement imbriquées: les rivalités que l'on observe dans les études de cas ne sont jamais totalement indépendantes de celles qui sous-tendent le jeu des acteurs au niveau cantonal (et confédéral), comme les études de cas vaudoises en ont fait, selon nous, la démonstration. La présentation des rivalités à l'échelle du canton rappelle en outre les limites (conceptuelles) de la définition du périmètre des études de cas: la réalité empirique se moque bien des distinctions analytiques indispensables par ailleurs. On distingue ainsi les rivalités qui opposent différents types de valeurs attendues par les acteurs et celles qui portent sur la distribution d'une forme de valeur ou d'une autre. Les quelques exemples présentés dans ce contexte préfigurent les enjeux et les rivalités plus détaillées qui font l'objet des études de cas.

10.7.1 Rivalités entre types de valeurs

Une forme de rivalité englobante (*i. e.* qui peut se retrouver au principe de plusieurs autres rivalités plus spécifiques et situées) est celle opposant l'accès à des valeurs économiques à court terme à l'accès à des valeurs symboliques et sensorielles à moyen terme – en l'occurrence la réputation de l'appellation, vin typique, l'expression du terroir, des arômes spécifiques et la complexité du vin.

Une des formes concrètes de cette rivalité est la volonté du négoce et de l'encavage (représentée notamment par la SEVV) d'assouplir le cadre législatif et réglementaire afin de pouvoir plus facilement adapter la vinification et correspondre le plus rapidement possible aux évolutions des goûts des consommateurs, sans pour autant «*tomber dans des effets de mode*»⁵⁸, nuance

⁵⁸ Entretien avec le président de la SEVV.

délicate. Cela peut notamment impliquer d'avoir recours à plus d'adjonction voire de coupage, interdit pour l'AOC Valais. L'enjeu consiste à assouplir les règles d'exploitation et d'entretien d'appellations porteuses, telles que la dôle, une dénomination traditionnelle du Valais qui jouit d'une forte notoriété en Suisse (M.I.S Trend, 2008) et contribue à la production de valeurs symboliques, notamment de vin typique. La famille du négoce est ainsi parvenue à faire pencher le comité de l'IVV en 2009⁵⁹ dans le sens d'une demande de réforme de l'ordonnance. La demande formellement adressée au Service cantonal de l'agriculture⁶⁰ consistait à modifier l'article 46 de manière à ce que l'Interprofession devienne compétente pour fixer annuellement, par cépage, les droits de coupage. Cette proposition a toutefois été rejetée par le Conseil d'État⁶¹, qui a résumé alors sa décision par les motifs suivants: i) le coupage avec d'autres vins suisses affaiblirait le gage d'authenticité et de territorialité de l'AOC; ii) la crédibilité des vins AOC en pâtirait auprès du consommateur pour qui l'AOC garantit une valeur ajoutée propre à une culture et à un encavage autochtone de grande qualité; iii) le coupage n'apporterait pas d'amélioration qualitative évidente aux vins AOC du Valais; iv) la requête ne correspond pas à un objectif de développement à moyen terme du secteur. Par ce refus, le Conseil d'État a stabilisé les rivalités en maintenant le potentiel de variation des valeurs sensorielles dans la part des 15 % d'adjonction autorisés, au profit notamment de la « crédibilité » des vins de l'appellation.

10.7.2 Rivalité sur la distribution des valeurs

Une autre forme de rivalité fréquemment observée porte sur la distribution des flux de revenus (valeurs économiques) entre différents types d'acteurs de la filière, à court comme à moyen terme.

Une des manifestations concrètes de cette rivalité à l'échelle du canton se situe dans la fixation des quotas de production de raisin. L'Interprofession (IVV) dispose en effet de la compétence pour fixer chaque année, pour fin juin, le niveau des quotas (art. 44, OVV), jusqu'à concurrence de 0,2 kg/m². Une baisse substantielle de la récolte autorisée, qui correspond à un abaissement du plafond de 1,4 à 1,2 kg/m² pour le fendant et de 1,2 à 1 kg/m² pour les autres cépages. Les décisions de l'IVV dans la réduction des quotas cristallisent fréquemment les rivalités entre les familles du négoce et de la production⁶². En effet, si la maîtrise globale du volume produit au niveau valaisan est dans l'intérêt de l'ensemble des acteurs de la branche (stabilisation du marché), les producteurs sont ceux qui assument la contribution la plus élevée à l'entretien

⁵⁹ PV du comité de l'IVV du 15 juillet 2009, Archives de l'IVV.

⁶⁰ Courrier de l'IVV du 15 juillet 2009, Archives de l'IVV.

⁶¹ Courrier de l'Office de la viticulture à l'IVV du 29 septembre 2009, Archives de l'IVV.

⁶² Entretiens avec les présidents de la fédération des vigneronns (FVV) et de la société des encaveurs (SEVV).

de la ressource en cas de baisse des quotas, dont la réduction implique une perte nette de revenu au m². À l'inverse, en cas de stocks excédentaires, les négociants ont tout intérêt à une baisse des rendements pour maintenir leur niveau de prix. Malgré leurs tentatives répétées (littéralement à chaque fois qu'une baisse des quotas est discutée), les vigneron valaisans ne sont jamais parvenus à obtenir qu'une garantie d'un prix plus élevé soit associée à une baisse des quotas afin de compenser leur perte⁶³. Les règles d'entretien de la ressource ne sont, par conséquent, pas distribuées symétriquement entre les acteurs.

Encadré 17. La stabilisation de rivalité sur le sucre résiduel

La présence de sucre résiduel dans un vin (bien perceptible au-delà de 2 g/litre déjà) est une expression typique de la rivalité entre les valeurs sensorielles vin sec ou doux. Or, il s'agit d'un enjeu important pour les cépages (aromatiques) autochtones du Valais, comme la petite arvine. Cet exemple relève une fois de plus l'enchevêtrement des échelles (territoriales) de la ressource, dans la mesure où il s'agit d'une rivalité centrale dans le cas de Fully.

Depuis la mise en avant de la petite arvine dans la stratégie cantonale, de nombreux acteurs (producteurs, hôteliers, sommeliers, etc.) se plaignent d'une diversité importante des petites arvines, notamment en termes de sucre résiduel⁶⁴, ce qui trouble l'expression de sa typicité. Certains reprochent à la grande distribution et au négoce de vendre trop bon marché des petites arvines de piètre qualité (dépourvues d'arômes typiques) et trop sucrées, qui provoquent de la confusion⁶⁵ auprès des consommateurs. Autrement dit, certains acteurs de la distribution, notamment, font un usage des dispositions de réception favorables à un vin doux (caractéristiques des jeunes et des consommateurs novices) plus facile d'accès pour les palais inexpérimentés. Cela provoque une rivalité entre les valeurs sensorielles attendues de la ressource (un vin sec *vs* doux) et dans l'usage des dispositions de réception. Préoccupée par le brouillage de la complexité et des caractéristiques organoleptiques⁶⁶ des petite arvine du canton que peut causer la présence excessive de sucre, l'œnologue cantonale s'est employée depuis quelques années à une stratégie alternative et informelle (du moins relevant de sa propre initiative)

⁶³ Les procès-verbaux des séances de comité de l'OPEVAL (et de l'IVV par la suite) montrent, dans les archives que nous avons pu consulter, ces revendications aussi régulières qu'infructueuses.

⁶⁴ Il s'agit du sucre naturel du raisin qui reste dans le vin après la fermentation, volontairement ou non. Au-delà de 8 g/l, on considère en général que le vin devient légèrement doux, et au-delà de 50 g/l qu'il s'agit d'un vin surmaturé (moelleux).

⁶⁵ Entretien avec l'œnologue cantonale; entretien avec l'ancien chef de service de la viticulture; entretien avec un représentant des négociants indépendants à l'IVV.

⁶⁶ Notamment des arômes de rhubarbe, d'agrumes et surtout une note iodée (salée) en finale.

visant à privilégier les petite arvine sèches (< 8 g/l) pour l'attribution des médailles dans le concours principal (Sélection du Valais) qu'elle préside⁶⁷. La « consigne » a ainsi été transmise de bouche-à-oreille aux dégustateurs, puis s'est diffusée avec succès auprès des producteurs. Selon l'œnologue, les petite arvine, au-delà de celles présentées au concours, sont désormais principalement sèches ou, au contraire, clairement identifiées comme surmaturées (donc douces). Parallèlement, dans le cadre des buts poursuivis par l'ordonnance sur l'authenticité du matériel végétal viticole valaisan du 7 juillet 1999⁶⁸, le domaine viticole de l'État du Valais reproduit spécifiquement des ceps d'arvine (clones), qui ont été sélectionnés (selon les principes de la « Sélection Valais ») pour la qualité de leur concentration en arôme⁶⁹. Cela permet au domaine cantonal de fournir aux producteurs qui le souhaitent des ceps issus du même clone, afin de renforcer la typicité de leur petite arvine⁷⁰.

Ce point envoie à la rivalité sur les flux de revenus, qui découle de la différence (dans la nature) des coûts de production auxquels font face les segments du négoce et celui de la production. Dans les structures de production actuelles (côté vigneron), le coût de production peut être estimé⁷¹ à environ 4,00 CHF/m² ou plus selon le niveau de mécanisation, alors que les prix (indicatifs) de la vendange en 2012 se situent entre 3,00 et 3,30 CHF/kg pour les principaux cépages. À l'inverse, pour des raisons liées notamment au plus grand potentiel de concentration (Baudouin, 2010), le segment du négoce est davantage susceptible de parvenir à adapter ses coûts de production (dans une certaine mesure évidemment) et surtout de maintenir des prix couvrant ses coûts. Un constat que partage le rapport *Viti 2015*, en soulignant que la rentabilité est plus élevée de ce côté (aval) de la filière en Valais (Catry, 2009).

10.8 SYNTHÈSE DU CONTEXTE CANTONAL

Ce chapitre a permis de tracer la genèse de la stratégie cantonale, son articulation réglementaire et institutionnelle et la place importante qu'elle accorde aux valeurs symboliques et sensorielles dans la différenciation des vins du Valais. Dans ce dispositif de logique hybride, il apparaît qu'aux côtés des

⁶⁷ Entretien avec l'œnologue cantonale.

⁶⁸ RO/VS 916.148.

⁶⁹ Une étude menée en partenariat entre la HES-SO du Valais et l'école de vitiviniculture de Changins a identifié les composés chimiques à la base des arômes spécifiques de l'arvine, les mercapto-hexanols, et constaté que ceux-ci se déploient au maximum lorsque le raisin est vendangé à 105°Oe.

⁷⁰ Entretien avec l'œnologue cantonale.

⁷¹ Classeur Viticulture Agridea, fiches techniques, p. 0.31. Frais de production moyens selon niveau de mécanisation, basés sur une enquête menée entre 2006 et 2010.

spécialités, ce sont les communes qui jouent un rôle décisif pour concrétiser l'ensemble des outils de différenciation prévus par la réglementation cantonale, dans l'usage de l'appellation communale bien sûr, mais aussi et surtout dans la mise en œuvre du Grand Cru. Or, au vu du faible niveau d'entente qui règne dans la filière – alors même que tous les rapports soulignent le besoin de cohésion entre les acteurs et de coordination – et des rivalités qui la traversent (sur les flux de revenus et les valeurs sensorielles notamment), le rôle important dévolu aux communes ouvre le terrain à des jeux d'acteurs qui recourent largement ceux observés au plan cantonal.

Les études de cas qui suivent vont permettre de détailler précisément la manière dont deux communes de nature différente (en termes de type de vignoble et de configuration d'acteurs) s'inscrivent dans la stratégie hybride de différenciation et s'en saisissent. Les deux arrangements analysés dans ces études mettent en évidence comment les acteurs engagés dans les dynamiques communales articulent leur propre stratégie de différenciation avec celle du canton.

CHAPITRE 11

ÉTUDE DE CAS III - L'APPELLATION FULLY

11.1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

La temporalité de cette étude de cas se concentre sur les années 2010 et 2011, bien que l'arrangement qui la caractérise émerge de structures organisationnelles instituées durant la seconde moitié des années 1990. Dans cette perspective plus large, l'appellation de Fully est un excellent révélateur de la construction d'une ressource qui s'élabore parallèlement – dans une sorte de pas de deux – à la stratégie cantonale (voir chapitre précédent) et qui contribue à la mise en œuvre de cette dernière.

La commune de Fully est située à l'entrée du Valais central, dès le coude du Rhône, en amont de Martigny. Son aire viticole de 320 ha se déploie en une mosaïque de parcelles¹ sur des coteaux parfois abrupts de la vallée, exposés plein sud et supportés par des murs en pierres, caractéristiques de la viticulture en terrasses qui façonne le paysage régional depuis le XIX^e siècle.

Quatrième du canton en termes de surface, le vignoble de Fully se nourrit d'un sol granitique et cristallin, peu calcaire, ce qui le distingue du reste de la vallée du Rhône. Fully se caractérise en outre par une très forte augmentation du nombre de cépages cultivés sur son territoire durant les dernières décennies (voir Tableau 10).

L'évolution importante de l'encépagement n'a toutefois pas altéré la composition du trio des principaux cépages cultivés à Fully, qui sont aussi les trois cépages principaux du Valais: gamay, chasselas et pinot noir. On constate également le passage à une majorité de cépages rouges, qui correspond à la dynamique nationale². Parmi les spécialités, l'évolution de l'encépagement de la commune est marquée par la petite arvine, qui passe de 1,6 à 7,4% durant les

¹ Le vignoble de Fully, qui compte pas moins de 1 879 propriétaires de parcelles viticoles en 2011 illustre la fragmentation foncière caractéristique du vignoble valaisan.

² 58% des surfaces en rouges et 42% en blancs en 2010 (OFAG, 2011, p. 11).

Tableau 10 Évolution de l'encépagement à Fully entre 1991 et 2011

Cépage (21 en 1991, 36 en 2011)	1991 (surface en m ²)	Pourcentage	2011 (surface en m ²)	Pourcentage
Arvine	58 532	1,6	241 553	7,4
Chardonnay	19 216	0,5	26 824	0,8
Chasselas	1 566 553	44,0	847 427	26,1
Cornalin	2 840	0,1	44 958	1,4
Gamay	1 266 575	35,6	1 043 294	32,1
Humagne rouge	26 396	0,7	85 592	2,6
Merlot	901	0,0	44 996	1,4
Pinot gris	18 851	0,5	20 493	0,6
Pinot noir	406 713	11,4	381 145	11,7
Savagnin blanc	0	0,0	31 785	1,0
Sylvaner	71 511	2,0	82 254	2,5
Syrah	21 162	0,6	133 615	4,1
Autres cépages	98 469	2,8	267 989	8,2
Total cépages blancs	1 828 509	51,4	1 387 265	42,7
Total cépages rouges	1 729 210	48,6	1 864 660	57,3
Total	3 557 719	100,0%	3 251 925	100,0%

Source (Office de la viticulture, 2012b). *Calculs de l'auteur.*

vingt dernières années, alors que sa proportion au niveau cantonal évolue dans le même temps de 0,7 à 3,1 % seulement (voir chapitre 10).

En effet, Fully se caractérise dès les prémises de l'arrangement actuel par une concrétisation locale de la stratégie hybride – alors encore en cours d'élaboration! – consistant à associer les cépages autochtones et traditionnels du canton à une différenciation par les appellations.

En l'occurrence, c'est à la petite arvine que l'appellation cherche à lier sa réputation. À ce titre, la sélection du cas s'est imposée rapidement: nous avons montré jusqu'ici (chapitres 8 & 11) en quoi ce cépage fait l'objet d'une attention toute particulière et d'un travail des acteurs politiques (et administratifs) cantonaux. Portée jusqu'à l'échelon fédéral, cette mobilisation vise à rendre ce cépage emblématique de la différenciation des vins valaisans par des cépages autochtones. À cela s'ajoute la visibilité médiatique que les acteurs locaux donnent à leur engagement pour faire de Fully la «*destination*

Petite Arvine»³ du Valais vitivinicole. Une démarche qui témoigne en creux de rivalités importantes sur la « territorialisation » de ce cépage dans un périmètre plus exclusif encore que celui du canton, dans une appellation de commune. Or, à l'analyse, l'ARL de Fully se distingue par la créativité institutionnelle des acteurs, qui donne naissance à des modalités de régulation allant bien au-delà de ce que prévoient la stratégie et la réglementation cantonale.

11.2 ACTEURS ET RIVALITÉS

L'enjeu central qui mène à l'élaboration de l'arrangement consiste en la recherche de valeurs symboliques (vin d'exception, vin typique, réputation de l'appellation) et sensorielles (arômes spécifiques, vin puissant, vin sec), qui sont, par ailleurs, au cœur de la stratégie cantonale. Les vigneron-encaveurs locaux ainsi que deux entreprises de négoce de la commune (de taille modeste à l'échelle du canton) – le meneur de la dynamique collective est à la tête de l'une d'elles – forment une coalition d'acteurs qui s'oppose à la fois aux plus grandes entreprises de négoce du canton (coopérative incluse) et à la grande distribution pour la production et pour l'accès à ces valeurs. Concrètement, les premiers visent à rendre l'usage des infrastructures (le raisin de certains cépages autochtones et traditionnels produits à Fully) plus exclusif aux producteurs de la commune que ce que prévoit la législation cantonale. En effet, les règles de production des vins portant une appellation communale ou de Grand cru, si elles exigent que le raisin provienne en majorité (85 %) ou en totalité (Grand cru) de la commune, permettent cependant à n'importe quelle entreprise (négoce ou vigneron-encaveur) qui les respecte d'utiliser l'appellation correspondante pour différencier son vin. Du point de vue des producteurs locaux – qui incarnent dans ce cas une rivalité visible également à l'échelle du canton (voir chapitre 10) – cette ouverture de l'accès à la ressource pose problème en termes de distribution des flux de revenus au négoce et à la grande distribution, mais également en ce qui concerne la production de valeurs sensorielles telles que la douceur du vin et les arômes spécifiques ou encore le contenant distinctif qu'il convient d'utiliser pour identifier les vins d'exception Grand cru.

Les rivalités portent ainsi sur les droits d'accès à la ressource et sur les conditions d'exploitation et d'entretien des valeurs symboliques et sensorielles qu'elle produit. Les rivalités de premier plan portent plus précisément sur les valeurs de réputation de l'appellation, de vin d'exception associée à un contenant identitaire, ainsi que sur les caractéristiques sensorielles correspondant à un vin sec et à l'expression des arômes typiques d'un cépage autochtone, deux formes de valeurs sensorielles qui sont fréquemment

³ Interview de Jean-Michel Cina, conseiller d'État en charge de l'économie, Canal 9 (www.canal9.ch), jeudi 8 septembre 2011.

liées⁴. Quoiqu'elles occupent une place à part entière dans l'arrangement, les rivalités relatives à la production d'un paysage identitaire⁵ sont moins saillantes, et les acteurs ne trouvent pas de solution de régulation collective dans le cadre du présent arrangement.

La petite arvine est au carrefour des principales rivalités qui se cristallisent à Fully pour des motifs qui tiennent en partie au terroir granitique de la commune. Ce cépage occupe une place importante pour la commune, qui détient environ 25 % de l'encépagement d'arvine du canton. Or, les vigneron-encaveurs indiquent⁶ faire face à un changement de leur clientèle depuis une dizaine d'années, marqué par un affaiblissement de la part « d'habitues », connaissant bien le style et les caractéristiques des vins. Dans ce contexte, la diversité des petites arvines en termes de sucre résiduel suscite une certaine confusion au sein d'une nouvelle clientèle plus diversifiée : les amateurs avertis et les restaurateurs recherchent des petites arvines sèches, alors que les nouveaux consommateurs apprécient plus facilement les douces. Ces divergences sont à l'origine de rivalités qui opposent les vigneron-encaveurs de la commune à la grande distribution et au négoce.

En effet, les petites arvines de Fully échappent en bonne partie aux modalités informelles de régulation du sucre résiduel opérées au travers des concours valaisans (voir chapitre 10). Selon les producteurs locaux, le sol très cristallin de Fully n'est pas favorable à l'expression de certains des arômes de l'arvine (comme la rhubarbe) et favorise plutôt des petites arvines délicates, minérales et « ciselées », moins puissantes que celles issues de terroirs calcaires plus courants dans le reste du canton⁷. Cette différence de profil sensoriel, notamment en termes de puissance, rend difficile l'obtention de médailles au concours valaisan⁸. C'est donc bien la réputation de l'appellation Fully, couplée à l'image du cépage autochtone, qui est au centre des rivalités.

Dès la fin des années 1990, une coalition des vigneron-encaveurs de la commune se forme et initie la mobilisation collective en faveur d'une différenciation axée sur ces valeurs. Il s'agit d'un groupement des vigneron-encaveurs qui se

⁴ Un excès de douceur lié à du sucre résiduel peut masquer ou à tout le moins perturber l'expression des arômes d'un cépage et la complexité aromatique d'un vin.

⁵ « *Le paysage ça nous amène du monde, les ballades dans les vignes avec Fully en terrasses, c'est très important.* » (Entretien avec le président du groupement Fully Grand cru (FGC))

⁶ Entretien avec le président de FGC.

⁷ La qualité du terroir de Fully pour les petites arvines est reconnue par de nombreux acteurs interrogés et ne relève pas d'une tentative d'appropriation arbitraire par les acteurs locaux. Un caviste de PROVINS indique en outre que le raisin utilisé pour l'arvine haut de gamme de la coopérative provient exclusivement de Fully, sans que cela ne figure sur l'étiquette (entretien informel avec un caviste).

⁸ Entretien avec le président du groupement FGC. Le « désavantage » relatif, dans les concours, des vins moins puissants et davantage axés sur la finesse et la complexité est régulièrement souligné par les acteurs interrogés : un vin puissant marque (impressionne) plus rapidement le palais du dégustateur dans une série au désavantage d'un vin plus léger qui viendrait à la suite.

donne pour intitulé Fully Grand cru (ci-après FGC)⁹. Ce groupement, qui constitue la pièce principale de l'ARL analysé dans les sections suivantes, exprime un degré de cohésion entre les vigneron-encaveurs de Fully¹⁰ qui mérite d'être relevé, sachant que l'autonomie et l'indépendance constituent des valeurs symboliques centrales pour l'ensemble de ces acteurs. En effet, dès les années 1980 les « vigneron-éleveurs » de Fully innovent par leur choix d'organisation collective, se réunissant régulièrement pour organiser des dégustations et des échanges, ce qui constitue alors un changement majeur. Une partie importante d'entre eux est issue de la « nouvelle génération » qui s'est mise à son compte dans les décombres de la crise de surproduction des millésimes 1982-1983. « *C'était la première fois qu'on mettait des [vigneron-encaveurs de la commune] ensemble* » souligne l'un d'eux¹¹, dans un contexte où la commune viticole est profondément marquée par un clivage entre deux familles politiques (démocrates-chrétiens [PDC] et libéraux-radicaux [PLR]). Le groupe rompt avec les inhibitions locales en organisant les premières dégustations à l'aveugle entre les membres, ce qui donne naissance à des échanges entre les producteurs sur les améliorations possibles à apporter au vin. La communication des résultats et des conseils issus des premières dégustations organisées par le groupement n'est pas accueillie facilement par les membres : « *Il fallait éviter les coups lorsqu'on apportait des résultats critiques à un collègue* »¹². Ceux-ci se constituent en association en 1991¹³, formalisant la volonté de faire connaître les vins de Fully par une promotion commune (statuts, art. 3)¹⁴.

Ces premiers éléments de coordination de l'action collective, encore sommaires, sont toutefois significatifs dans le contexte très individualiste et relativement conflictuel qui caractérise l'ensemble du vignoble valaisan durant la décennie qui suit les crises de surproduction.

C'est sur ces bases « historiques » de collaboration locale que le groupement FGC organise dès 1999 la première manifestation de promotion de la petite arvine, « Fully, Arvine en capitale » (voir *infra*), qui marque le début d'une stratégie communale qui devance la formulation de la stratégie cantonale, encore en discussion, et s'emploie à lier l'image de la petite arvine à la réputation de l'appellation communale. L'association voulue avec ce cépage n'est pas due au hasard, car de nombreux acteurs interrogés ailleurs dans le canton reconnaissent la qualité particulière des petites arvines de Fully, une « spécialisation » qui se reflète dans l'encépagement en arvine de la commune en 1990 (1,6%, voir

⁹ Celui-ci compte désormais 23 membres.

¹⁰ Certains des membres ont leur cave physiquement installée sur des communes limitrophes, mais exploitent de nombreuses parcelles à Fully.

¹¹ Entretien avec un vigneron-encaveur.

¹² Entretien avec un vigneron-encaveur.

¹³ Procès-verbal de l'assemblée constitutive de l'association des vigneron-éleveurs de Fully, 14 mai 1991.

¹⁴ Statuts de l'association des vigneron-éleveurs de Fully, courrier à l'attention du Conseil communal, 15 mai 1991.

Tableau 10), déjà plus élevé que la moyenne cantonale (0,7%, voir chapitre précédent). En outre, le fait que les acteurs politico-administratifs sont favorables à la coordination ainsi qu'au projet d'une « entente » dans la filière apporte un soutien (plus ou moins affiché) à l'initiative de Fully, bien que celle-ci vise à exclure certains acteurs cantonaux de l'accès à la ressource.

L'appellation Grand cru est un des premiers instruments que la coalition d'acteurs du FGC mobilise pour mettre en œuvre sa stratégie de différenciation. Dès 2001, la commune se dote d'un tel règlement, et la petite arvine est un des quatre cépages pouvant prétendre au label. C'est l'une des premières du canton à le faire. Or, ce règlement ne résout pas les rivalités qui opposent les acteurs communaux à des entreprises extérieures dans l'accès aux valeurs symboliques et sensorielles et aux flux de revenus qui en découlent. De fait, l'usage de l'appellation communale comme du label Grand cru n'est pas exclusif aux seuls producteurs de la commune.

En résumé, les acteurs locaux cherchent à obtenir la production et l'usage exclusif des valeurs symboliques et sensorielles qui découlent d'une différenciation fondée sur l'association de la petite arvine à l'appellation communale. Pour cela il faut parvenir à articuler l'usage des infrastructures (critères viticoles, contenant du vin et distribution) avec certains savoir-faire (viticulture et vinification) et avec les dispositions de réception des consommateurs, afin de renforcer la sensibilité de ces derniers aux caractéristiques des vins de Fully, tout particulièrement de la petite arvine. Ce travail implique l'élaboration d'une régulation locale selon des modalités que ne prévoit pas la réglementation cantonale, ou qui contournent éventuellement cette dernière sur certains points.

Ce jeu d'acteurs donne lieu à un ARL en plusieurs pièces institutionnelles, qui se succèdent et se complètent en poursuivant la même stratégie. Celle-ci vise à la fois à renforcer l'exclusivité de l'appartenance aux valeurs produites par l'appellation, au profit des producteurs locaux, et à compléter les règles d'entretien et d'exploitation qui s'imposent à d'éventuels producteurs extérieurs à la commune.

11.3 L'ARL DE FULLY

L'ARL de Fully se construit en de multiples pièces institutionnelles, dont l'articulation se poursuit durant plusieurs années. Notre présentation de l'arrangement ne suit pas un ordre strictement chronologique, mais une démarche qui va du socle formel aux accords informels qui le prolongent et le complètent. Cette analyse porte d'abord sur le règlement Grand cru, qui concrétise l'ordonnance cantonale, adopté par la commune en 2010, puis sur les apports de la charte de qualité qui lie les membres du groupement Fully Grand cru depuis 2011 et enfin sur ses ramifications, informelles mais décisives dans la conception de l'ARL. Sont abordées ensuite les dimensions de régulation qui visent les dispositions de réception des consommateurs, par

le biais de manifestations de promotion, et celles qui touchent les savoir-faire des producteurs locaux et l'usage qu'ils font des infrastructures, dans le but, notamment, de réguler les valeurs sensorielles produites par la ressource. Et pour finir, nous présentons les modalités de régulation – inabouties – des rivalités portant sur la production du paysage identitaire caractéristique du vignoble de Fully.

11.3.1 Le règlement Fully Grand cru

Depuis l'adoption du règlement Grand cru en 2010¹⁵, 60 % à 70 % environ des prétendants au label Grand cru satisfont aux exigences (notamment aux dégustations de contrôle) et obtiennent le droit d'afficher cette distinction¹⁶. En termes de prix, un vin Fully Grand cru se vend environ 20 % plus cher que le même cépage produit aux conditions de l'AOC¹⁷. Concrètement, ce sont environ 5 à 8 % de la production de vin de Fully qui sont vendus sous le label Fully Grand cru¹⁸. Une contribution annuelle de 20 cts au m² et de 40 cts par bouteille, pour un minimum total de 300 CHF doit être versée par les usagers du label Fully Grand cru. À cela s'ajoute une participation de la commune d'au maximum 10 000 CHF. 90 % de ces contributions doivent servir à des activités de promotion du label Fully Grand cru.

À l'occasion de la rédaction du règlement, c'est le groupement FGC qui devient formellement l'organe communal chargé d'élaborer le texte. En effet, le conseil communal (exécutif) élit une commission communale « Grand cru », comme le prévoit l'ordonnance cantonale (art. 85-86, OVV), dont tous les membres appartiennent de fait au groupement. C'est d'ailleurs le président du groupement qui siège à la direction de la commission¹⁹. Le FGC, au fondement de la majorité des pièces institutionnelles qui composent l'arrangement, n'a donc pas de statut juridique formel autre que son « noyau », constitué par les six membres la commission communale Grand cru (voir la Figure 17 en conclusion du chapitre). Un caractère informel qui ne limite cependant en rien sa faculté de régulation locale, à commencer bien sûr par la définition des termes du règlement Grand cru.

Au-delà de la projection conceptuelle opérée par le chercheur, les acteurs du groupement eux-mêmes se révèlent, dans ce cas, explicitement²⁰ conscients de la possibilité qui s'offre à eux de « façonner » l'appellation, donc la ressource. Pour certains vigneron-encaveurs, qui jouissent d'une bonne réputation, c'est

¹⁵ Règlement Grand cru du 1^{er} juillet 2010 de la commune de Fully.

¹⁶ Entretien avec le président de la commission Fully Grand cru.

¹⁷ Selon les calculs de l'auteur, sur la base du prix sortie de cave de vigneron-encaveurs de Fully pour du gamay Grand cru par rapport à du gamay AOC.

¹⁸ Entretien téléphonique avec le président de la commission Fully Grand cru.

¹⁹ Commune de Fully, liste des commissions communales pour la période 2009-2012.

²⁰ Plusieurs vigneron-encaveurs interrogés l'expriment.

même précisément ce pouvoir de créativité qui les fait encore «jouer le jeu» de l'AOC, qu'ils considèrent comme un instrument «politique» avant tout, mais non comme une garantie de qualité en soi.

Cépages, précision aromatique et secteurs d'encépagement

Le règlement Grand cru retient quatre cépages pouvant prétendre au label (arvine, ermitage, gamay et syrah) dans le but de mettre en valeur la typicité des terroirs ainsi que la spécificité de ces cépages (art. 4.2 du règlement Grand cru de Fully). Des secteurs d'encépagement choisis par la commission communale Grand cru restreignent à certaines parcelles, jugées les mieux adaptées, la plantation des quatre cépages autorisés (art. 5.1)²¹. Cette logique étend à un segment de qualité supérieure les principes déjà exigés pour l'obtention de l'AOC (c'est-à-dire la définition de secteurs d'encépagement) et articule un certain usage des infrastructures avec les savoir-faire des producteurs, qui s'entendent, sur les bases de leurs connaissances des parcelles concernées, pour définir un cadastre Grand cru.

Or, dans la pratique, ce ne sont pas uniquement des critères liés à la qualité des parcelles qui définissent l'inscription de celles-ci dans le cadastre. En effet, le choix des cépages Grand cru (et, par ricochet, des parcelles sur lesquelles ils peuvent être plantés) répond également à des préoccupations commerciales et économiques en plus de la recherche de valeurs symboliques (*vin d'exception*). L'ancien règlement Grand cru (de 2001) incluait le fendant en lieu et place de la syrah. Cette dernière y a été substituée dans le règlement de 2010 pour trois raisons²². Premièrement, l'ordonnance impose un rendement maximum de 1,1 kg/m² pour le chasselas en Grand cru, soit environ 30 % de moins que ce qu'autorise l'AOC ; or, il est difficile de répercuter une telle différence sur le prix de vente d'un fendant, même avec un label Grand cru. Deuxièmement, les vignes de Grand cru doivent être âgées de huit ans au moins (art. 6.3)²³, et l'encépagement en syrah (plus de 4% du vignoble en 2011, voir Tableau 10) atteint l'âge requis et correspond à un bon potentiel de croissance. Par ailleurs, il est plus aisé de valoriser une bouteille de syrah dans un segment de prix plus élevé que le fendant. Une disposition supplémentaire renforce par ailleurs le potentiel de valorisation (par le prix) de la syrah parmi les cépages Grand cru : celle-ci ne peut être commercialisée que dès le 1^{er} avril de la deuxième année qui suit les vendanges (art. 10.1)²⁴, ce qui correspond généralement à un élevage de dix-huit mois en barrique et renforce la production de valeurs sensorielles (complexité, puissance, arômes spécifiques et éventuellement

²¹ Du règlement Fully Grand cru de 2010.

²² Entretien avec le président de la commission Grand cru.

²³ Du règlement Fully Grand cru de 2010.

²⁴ Du règlement Fully Grand cru de 2010.

barrique). À l'inverse, le cornalin, l'autre cépage autochtone phare du Valais aurait pu correspondre à la production de valeurs sensorielles similaires, avec un avantage en termes de valeurs symboliques (vin typique du Valais) par rapport à la syrah. Mais l'encépagement en Cornalin est alors encore trop jeune et trop faible (1,4% du vignoble) pour être intéressant en termes de volumes produits. Troisièmement enfin, remplacer un cépage blanc par un rouge équilibre l'offre de Grand cru et l'adapte à l'augmentation de la part de vins rouges qui sont consommés (en Suisse).

Les dimensions de régulation apportées par le règlement sur ce point du choix des cépages et des parcelles structurent la ressource de manière à accroître les valeurs économiques monétaires pour l'ensemble des acteurs qui bénéficient d'un droit d'exploitation de celle-ci. La définition du cadastre Grand cru agit ainsi sur les infrastructures (parcelles et cépages) et les savoir-faire des producteurs pour établir des règles d'appartenance (DR1) qui créent une exclusion touchant autant les producteurs au sein de l'appellation que les entreprises implantées ailleurs dans le canton. L'articulation des cépages et des parcelles constitue également une dimension de régulation des conditions d'exploitation et d'entretien de la ressource (DR2).

Niveau de sucre résiduel

Les rivalités sur les valeurs sensorielles d'un vin sec ou doux, liées à la présence de sucre résiduel ne sont que partiellement régulées par le règlement, ce qui traduit une volonté de ménager l'autonomie de choix de vinification des producteurs de l'appellation²⁵.

Pour les vins Grand cru du canton, cette rivalité est en effet « contenue » dans une limite définie par l'Interprofession. En charge des critères de contrôle de ces vins du sommet de la pyramide de différenciation, elle oblige à indiquer sur l'étiquette le niveau de douceur d'un vin Grand cru. En informant ainsi le consommateur, l'usage de certaines dispositions de réception est précisé, ce qui permet de définir plus clairement la place (grandissante) occupée par les services sensoriels sec et arômes typiques que les producteurs attendent de la petite arvine, et encadre l'exploitation et l'entretien de la ressource (DR2). Du point de vue du producteur qui souhaite maintenir son Grand cru hors catégorie douce, l'enjeu en termes de savoir-faire consiste à réussir à « sécher » un vin contenant un haut niveau de sucre, donc à maîtriser parfaitement le processus de fermentation.

Or, le règlement de contrôle Grand cru élaboré par l'Interprofession (IVV, 2005) requiert que les étiquettes de Grand cru indiquent « légèrement doux »

²⁵ Entretien avec un vigneron encaveur du groupement qui préfère produire – comme il l'a toujours fait – des petites arvines dans lesquelles la douceur est bien perceptible, bien qu'elles soient sous le seuil des 8 gr/l.

ou «doux» au-delà de 8 g/litre pour la petite arvine²⁶ (IVV, 2005, art. 11, al. 2). Ce seuil est repris tel quel par le règlement de la commune (art. 7.3). La possibilité (formelle ici) d'aller jusqu'à 8 g dans les Grand cru laisse une marge de «confusion» des valeurs sensorielles encore appréciable pour les producteurs qui souhaitent en faire usage.

Ainsi, et contrairement à d'autres communes dans une situation de rivalité parfaitement identique²⁷, les vigneron-encaveurs de Fully ne sont pas parvenus à se mettre d'accord sur un système d'étiquetage permettant de classer le niveau de sucre résiduel de l'arvine et, éventuellement, de renforcer la différenciation des vins de Fully. Cette rivalité, laissée à dessein partiellement ouverte, fait l'objet d'un travail de régulation local informel qui porte sur les pratiques de vinifications (voir *infra*). Par sa modalité informelle, cette régulation permet de ménager l'autonomie des producteurs dans leur choix de vinification, tout en les incitant à tendre vers des critères communs (en termes de douceur).

Synthèse intermédiaire

La double restriction d'usage à certaines parcelles et à certains cépages est l'élément du règlement qui fixe la limite la plus marquée en termes de règles d'appartenance (DR1) et qui sépare les acteurs inclus de ceux exclus de la ressource. Elle fixe les règles d'entretien et d'exploitation (DR2) de la ressource dirigées vers la production de valeurs symboliques vin d'exception et vin typiques. Toutefois, l'enjeu principal d'exclusion de l'accès aux bénéfices de la ressource se trouve moins à l'intérieur du périmètre communal qu'à l'extérieur de celui-ci: il s'agit, du point de vue des producteurs de Fully, de restreindre l'accès à la ressource pour des entreprises de négoce et de distribution extérieures à la commune. Or, le règlement Grand cru ne permet justement pas d'ériger une telle barrière.

Pour y remédier, les membres du groupement se sont organisés pour mettre en place des éléments de régulation collective qui prolongent et complètent les dispositions du Grand cru, en assurant l'exclusivité de l'accès à la ressource aux acteurs locaux. Cette initiative vise essentiellement à renforcer le périmètre de la ressource, par des règles d'entretien plus exigeantes (DR2) et par une définition de l'appartenance (DR1) centrée sur les acteurs locaux, principalement les vigneron-encaveurs.

²⁶ Pour rappel, nous avons vu qu'au niveau du Valais (chapitre 10), les dispositions informelles prises par l'œnologie cantonale pour l'attribution de médailles aux concours impliquaient d'exclure les petites arvines dépassant 5 g de sucre résiduel.

²⁷ La commune de Vétroz a introduit avec succès un signe distinctif, sous forme d'abeille, pour la production de l'amigne, un cépage autochtone valaisan principalement produit à Vétroz: une abeille indique une amigne sèche, trois abeilles une amigne douce. Depuis, les «abeilles» sont devenues un élément de différenciation à part entière des vins de la commune.

11.3.2 Une charte et une bouteille

En septembre 2011, le groupement annonce de façon très médiatisée le lancement d'un concept «*Fully, destination Petite Arvine*», qui se fonde sur une charte de qualité, signée par les 23 vigneron-encaveurs ainsi que par le président de la commune et le conseiller d'État²⁸. La présence et le soutien de ce dernier – qui souligne que ce genre d'initiatives correspond exactement à la vision de l'avenir de la viticulture qu'il défend²⁹ – renforce la couverture médiatique de l'annonce.

Le texte de la charte justifie la démarche en reprenant les conclusions de l'étude *Viti 2015* (Catry, 2009), qui encourage la montée en gamme de la production, l'accent sur les cépages autochtones et les synergies à développer avec le secteur du tourisme notamment. Le concept «*Fully, 100 % Petite Arvine*» défendu par la charte³⁰ vise à garantir aux consommateurs l'authenticité de la petite arvine produite par les membres du FGC.

Concrètement, les vigneron-encaveurs signataires s'engagent à respecter des critères plus stricts que ceux de l'ordonnance cantonale (OVV) pour produire de la petite arvine vendue sous l'appellation de Fully: le vin doit être composé de 100 % de raisins issus du cépage arvine provenant à 100 % du territoire de la commune, alors que l'ordonnance cantonale autorise respectivement 15 % d'assemblage (autres cépages) et 15 % de raisins provenant de communes limitrophes. Ces exigences de «double 100 %» correspondent à celles requises par la réglementation cantonale pour les vins Grand cru, et la charte prévoit de les appliquer également pour les «simples» petites arvines AOC produites sur la commune. Enfin, et surtout, la charte prévoit que la petite arvine «authentique» est commercialisée «*dans la bouteille identitaire Fully*», un modèle fabriqué sur mesure et propriété exclusive du groupement FGC.

Les deux premières dispositions de la charte (le double 100 %) visent à favoriser la production par la ressource des valeurs sensorielles arômes spécifiques et expression du terroir et des valeurs symboliques de réputation de l'appellation et vin typique. Cette autolimitation, qui renforce les règles d'appartenance (DR1) et d'exploitation et les règles d'entretien de la ressource (DR2), restreint l'usage des infrastructures et l'articule avec les dispositions de réception des consommateurs (communication *via* la charte). La troisième mesure – la bouteille identitaire – renforce également les règles d'entretien (DR2), en restreignant l'usage des infrastructures (la bouteille) de la ressource, en assurant la production de valeur symbolique d'un contenant distinctif, dans le sens d'une différenciation visuelle plus marquée des vins de Fully.

²⁸ Charte «*Fully, destination Petite Arvine*», groupement Fully Grand cru 2010. Les objectifs et le fonctionnement du groupement peuvent être consultés à : <https://www.fullygrandcru.ch>.

²⁹ Interview de Jean-Michel Cina, Canal 9 (www.canal9.ch), jeudi 8 septembre 2011.

³⁰ Charte «*Fully, destination Petite Arvine*».

D'apparence anecdotique, la définition d'un contenant distinctif par le biais d'une charte forme le premier mouvement créatif de l'ingénierie institutionnelle déployée par les acteurs réunis au sein du groupement. En liant la production de petite arvine de Fully à une certaine bouteille, le groupement procède ainsi à une stratégie en deux temps.

Premièrement, il définit un marqueur commercial identifiant les petites arvines dites « authentiques », « [...] *commercialisées dans la bouteille identitaire Fully, garantie de qualité pour [les] clients actuels et futurs* », ainsi que le formule sans équivoque la charte³¹. Cette logique vise à disqualifier comme moins authentiques les petites arvines de l'appellation distribuées dans un autre contenant. Parallèlement, la charte s'efforce d'inciter certains acteurs (les encaveurs hors commune notamment) à contribuer à l'entretien de la ressource. Étant donné la très forte proportion de producteurs de Fully qui adhèrent à la charte, les encaveurs hors communes qui produisent de la petite arvine de Fully ont tout intérêt à utiliser la bouteille identitaire – et donc à souscrire aux principes de la charte – s'ils veulent éviter de courir le risque d'être considérés comme « non authentiques ».

Dans un deuxième temps, la stratégie poursuivie par la charte a pour but d'exclure la grande distribution des circuits de vente des vins (surtout des petites arvines) de l'appellation et de réduire l'effet que l'aval de la filière exerce sur les dispositions de réception des consommateurs.

Pour bien comprendre le fonctionnement de ce mécanisme d'exclusion, il est nécessaire de revenir aux dispositions sur les vins Grand cru de l'ordonnance cantonale (OVV de 2004). Compétent en la matière, le comité de l'Interprofession décide en 2011 que la bouteille Grand cru qui doit être utilisée dans l'ensemble du Valais pour identifier ces vins d'exception est celle utilisée jusqu'ici par la commune de Vétroz, qui bénéficie déjà d'une certaine notoriété et qui cède les droits sur la bouteille à l'Interprofession (IVV, 2012, p. 58). Or, entre-temps, le groupement FGC a passé un contrat avec une des principales sociétés de production de bouteilles pour un modèle à la forme spécifique, exclusivement réservé à Fully. C'est la bouteille « identitaire » de la commune, mentionnée dans la charte.

Pour sa part, le règlement Fully Grand cru de 2010 précise que c'est bien la « bouteille Valais » qui doit être utilisée (art. 37) comme signe distinctif de commercialisation de Grand cru de l'appellation. Sachant que c'était cette option qui se profilait au sein de l'IVV, les producteurs de Fully ont anticipé ce choix, mais à des fins stratégiques uniquement : la mention de l'usage de la bouteille Grand cru commune au Valais dans le règlement était une condition incontournable pour qu'il soit homologué par le Conseil d'État. Les producteurs de Fully, en rédigeant le règlement avaient déjà prévu de ne pas respecter cette

³¹ *Ibid.*

exigence cantonale³². Cette disposition était donc vouée à être ignorée, et ouvertement contournée et détournée.

C'est donc par la bouteille identitaire que s'exerce concrètement le travail d'entretien de la ressource. Mais le liant institutionnel essentiel à cet entretien se situe encore au-delà de la charte. Si celle-ci remplit une fonction centrale de promotion et a vocation être publicisée le plus possible (elle est fréquemment affichée à l'entrée des caves), c'est un second document, interne au groupement, qui constitue la clé de voûte de l'arrangement et consolide le lien entre les valeurs symboliques des cépages autochtones et l'appellation communale.

11.3.3 Avenant à la charte

À la suite – et dans l'ombre – de la charte, les membres du groupement ont signé une seconde charte, qualifiée de document interne³³, qui les engage à utiliser et à valoriser la bouteille identitaire pour l'ensemble des vins qu'ils produisent et commercialisent sous la dénomination «Fully», ainsi qu'à respecter des prix minimums.

Cette «*charte d'utilisation et de commercialisation de la bouteille identitaire*» stipule que la cave signataire s'engage (art. 1.1), en complément du respect de la première charte, à utiliser la bouteille identitaire pour les vins de sa production ayant droit à la dénomination Fully. Désormais, il ne s'agit plus uniquement de la petite arvine «100 %», mais bien de n'importe quel vin qui porte l'appellation communale. Les signataires s'engagent également (art. 1.2) à ne pas vendre la bouteille identitaire à d'autres caves qu'à celles qui sont membres du FGC.

Last but not least, les membres s'engagent à respecter des prix de vente minimums, fixés dans la charte (art. 2.2). Cette dernière disposition³⁴ exclut de fait la grande distribution et certains commerces de la filière et limite la vente au départ de la cave exclusivement. De fait, il est impossible pour un producteur de s'assurer qu'un distributeur ne proposera pas une offre à un prix inférieur à celui pratiqué à la cave.

Si le mécanisme d'éviction de la grande distribution est limpide, il est en revanche moins évident de comprendre comment les producteurs locaux, qui acceptent de se soumettre à ces restrictions d'usage, peuvent amener les encaveurs situés en dehors de la commune à respecter de telles contraintes. La contrepartie se trouve dans l'accès aux activités de promotion organisées par le groupement FGC, qui jouissent d'un succès certain auprès des consommateurs et suscitent un intérêt majeur pour les caves extérieures. Ainsi, la signature des deux chartes

³² Entretien avec le président du groupement Fully Grand cru.

³³ Le FGC a toutefois bien voulu en transmettre un exemplaire à l'auteur.

³⁴ Qui correspond à une forme d'entente sur les prix, en potentielle contradiction avec les dispositions de la loi fédérale sur les cartels et autres restrictions à la concurrence (LCart), notamment à l'article 5, al. 3 qui proscrit les accords de fixation des prix.

conditionne l'accès aux activités de promotion. Le président du groupement synthétise la démarche sans ambages :

«Étant donné qu'on ne peut pas empêcher les caves [extérieures à la commune] de faire du Grand cru, on travaille à séparer les règlements des règles pour participer aux actions de promotion [...]. Et [les caves extérieures à la commune] s'engagent déjà pas mal à partir du moment où elles ont signé ces deux documents.»³⁵

Comme l'évoque le président du groupement, le but de cette «*séparation des règlements des règles*» vise à faire le lien avec le versant de l'ARL qui est tourné spécifiquement vers les dispositions de réception des consommateurs, concrétisé par deux événements promotionnels qui forment le «*bras armé*» de l'arrangement (voir *infra*).

11.3.4 Manifestations de promotion

Organisée tous les deux ans depuis 1999 par le groupement Fully Grand cru, la manifestation «Fully, Arvine en capitale» propose, durant un week-end, une dégustation des vins de Fully issus du cépage petite arvine, en présence des producteurs. L'accès est ouvert au public pour une contribution modeste. Une *master class* donnée par un spécialiste invité (œnologue ou sommelier par exemple) permet à un public plus restreint d'approfondir une thématique. Lors de certaines éditions, les producteurs de petite arvine d'autres communes valaisannes ont été invités à procéder à des dégustations comparatives pour démontrer aux consommateurs la typicité des petites arvines de Fully. Depuis sa création, Arvine en capitale rencontre un succès croissant et est considérée comme «*le bras armé de Fully Grand cru*» par le président du groupement³⁶.

Depuis 2006, une seconde manifestation de promotion, Fully en terrasses, met en valeur le paysage local et propose chaque été des promenades et dégustations organisées dans le vignoble.

Au-delà de leur dimension promotionnelle et de visibilité commerciale classique, ces événements concrétisent les dimensions de régulation de l'ARL, notamment d'entretien de la ressource (DR2). Ils sont dirigés vers la production de valeurs symboliques et sensorielles à l'échelle de la commune, garantes d'une meilleure distribution des flux de revenus pour les producteurs locaux. Même si le cœur du dispositif porte sur la petite arvine, c'est bien l'ensemble de la production du groupement qui bénéficie d'un renforcement des valeurs symboliques telles que la réputation de l'appellation et celle de vin typique.

³⁵ Entretien avec le président du FGC.

³⁶ *Ibid.*

L'invitation de producteurs d'autres communes permet de démontrer la spécificité des petites arvines de Fully et d'ajuster plus finement les dispositions des consommateurs à celles des producteurs de Fully et à leurs savoir-faire.

Le mécanisme par lequel ces deux manifestations de promotion amènent les acteurs à contribuer à l'entretien de la ressource qu'ils exploitent mérite d'être détaillé. Il révèle un des points créatifs de l'ingénierie institutionnelle qui permet à l'action collective de se maintenir, notamment en assurant une répartition des charges et des avantages (c'est-à-dire une distribution des valeurs) entre les acteurs jugée équilibrée par ces derniers.

Il s'agit premièrement des cotisations dont les membres s'acquittent envers le groupement. Celles-ci s'élèvent à 2 500 CHF par cave depuis 2011 et sont fixées indépendamment du volume encavé. Ce point n'est pas anodin sachant que les cotisations pour l'association des vigneron-éleveurs ayant précédé le groupement FGC ne s'élevaient qu'à 300 CHF par cave, puis étaient échelonnées en fonction du volume d'encavage. Cette augmentation substantielle a notamment permis d'engager l'ancien directeur de l'Interprofession cantonale (IVV), chargé des activités de promotion du groupement FGC. Or, c'est sous sa direction que l'IVV s'était orientée vers le choix d'une «bouteille Valais» comme signe distinctif des Grands crus valaisans. Le concept de la bouteille identitaire Fully – maintenue à l'encontre des règles cantonales formulées par l'IVV – n'est évidemment pas étranger à son arrivée à Fully et reflète, en creux, les vives rivalités qui limitent la coordination au sein de la filière cantonale.

Lorsqu'il est décidé d'élever les cotisations en 2011, les producteurs locaux sont fortement opposés à de telles contributions collectives, perçues dans un premier temps comme une entrave supplémentaire à leur indépendance. Un travail de longue haleine est entrepris par les meneurs du groupement pour convaincre les membres. Il s'agit, d'une part, de faire reconnaître l'intérêt d'accroître substantiellement les contributions afin d'étoffer et de professionnaliser les activités du groupement (notamment l'organisation des manifestations). D'autre part, ce sont les avantages inhérents au fait de mettre l'ensemble des vigneron-encaveurs sur un pied d'égalité, sur le principe coopératif accordant à chaque membre une voix, qui sont mis en avant. Cette nouvelle logique des contributions évacue largement la possibilité d'un rapport de force favorable aux plus grandes caves lors des prises de décisions du groupe³⁷. L'ensemble des vigneron-encaveurs, en s'acquittant de ces charges, deviennent dès lors des membres à part entière de la structure de gouvernance de la ressource. En outre, en contrepartie de la professionnalisation des activités, la commune accorde un soutien substantiel au groupement, 55 000 CHF par an, pendant une période de cinq ans³⁸. Le budget du groupement atteint 100 000 CHF en comptant la participation de divers sponsors supplémentaires.

³⁷ Entretiens avec plusieurs vigneron-encaveurs du FGC.

³⁸ Entretien avec le président de la commune.

Le FGC peut ainsi s'appuyer sur des ressources d'actions monétaires et politiques conséquentes dans le travail d'entretien et de développement de la ressource.

11.3.5 Régulation des pratiques œnologiques

L'ARL mis en place par le groupement FGC s'appuie également sur des outils institutionnels relativement informels pour encadrer le développement de la ressource.

Des dégustations ont lieu régulièrement entre les membres du groupement, en plus des dégustations formellement prévues pour les vins Grand cru. Ces échanges ont pour but de partager des informations techniques, des savoir-faire et d'obtenir des appréciations pointues afin d'accroître, en premier lieu, la qualité des vins produits mais également de les faire évoluer vers un profil organoleptique plus homogène³⁹. Dans un cadre technique, de tels échanges entre les membres du FGC constituent aussi un puissant mécanisme de résolution des conflits par anticipation (DR3). Les cas de non-respect des règles par les membres (secteurs d'encépagement par exemple) ne sont pas systématiquement sanctionnés. Au contraire, c'est une logique de souplesse qui prévaut, et l'occultation de cas d'infraction à la réglementation apparaît comme une stratégie qui convient à l'action collective, comme le relève un des membres influents du groupement :

«[...] *Les cépages autorisés ne sont pas toujours respectés, ni les secteurs d'encépagement. On en parle en FGC, mais ce n'est pas relayé pour éviter les conflits. Il y a clairement une volonté de ne pas régler les problèmes, de ne pas embêter les gens.*»⁴⁰

En ce qui concerne la recherche de certaines valeurs sensorielles et leur distribution, nous avons déjà relevé plus haut les rivalités liées au sucre résiduel pour la petite arvine. Or, il convient de préciser que cette rivalité n'est pas exclusive à ce cépage. La pratique des dégustations collectives a permis de former un consensus entre les membres, visant à « sécher » au maximum les vins, surtout les rouges facilement puissants comme la syrah. L'enjeu consiste à maîtriser la cinétique de fermentation de façon à ce que le processus consomme la totalité des sucres naturels, ce qui requiert un savoir-faire important qui n'élimine toutefois pas une irréductible part d'incertitude, même pour les meilleures œnologues.

Dans ce cadre, les producteurs locaux recherchent explicitement à conserver un mode de vinification qui correspond à leur pratique traditionnelle, c'est-à-dire à un vin qu'ils considèrent comme typique⁴¹. Le maintien de ces valeurs

³⁹ Entretien avec plusieurs vigneron-encaveurs du FGC.

⁴⁰ Entretien avec un vigneron-encaveur du FGC. Le président du groupement indique, pour sa part, dans des termes plus prudents que les « *conflits sont réglés en interne* » en cas de litige.

⁴¹ Entretien avec le responsable de la plus grande cave du FGC.

symboliques correspond à des valeurs sensorielles (des vins plus légers, délicats) qui sont facilement opposées aux caractéristiques d'une partie importante des vins rouges importés, lesquels ont un niveau de sucre résiduel (ou de sensation de douceur liée à leur fruité plus prononcé) souvent supérieur, qui s'accompagne généralement d'une teneur en alcool et d'une concentration plus élevée⁴². Or, cela a un impact sur le marché en général, sachant que davantage de douceur rend les vins plus faciles à boire et permet d'obtenir plus aisément des parts de marché auprès des consommateurs jeunes ou novices ou sur certains marchés qui y sont plus favorablement disposés.

Le tropisme vers la production de vins offrant davantage de douceur et éventuellement plus concentrés et puissants, semble être spontané chez la majorité des consommateurs, ce qui n'est probablement pas sans lien avec la faveur de nature biologique que les humains réservent au sucre (Billaux, 2010). En effet, lors des dégustations pratiquées par les membres du groupement, il arrive que les vigneron-encaveurs apprécient de prime abord un vin (rouge) puissant et plus doux, mais qu'ils se «reprennent» en réalisant «*qu'on dirait un vin étranger ou du Haut-Valais*»⁴³, un style qu'il convient d'éviter pour maintenir le caractère typique de la production locale.

Un acteur clé issu de l'administration cantonale contribue à ce travail collectif visant à inciter les producteurs à orienter les caractéristiques sensorielles des vins selon une certaine ligne. Il s'agit de l'œnologue cantonale, laquelle vient déguster (sur demande des meneurs) à l'aveugle les vins des membres du groupement à plusieurs reprises durant la période d'élevage⁴⁴. Elle apporte ses recommandations aux producteurs. Ce type d'échange informel et relativement discret a notamment conduit à abandonner la fermentation malolactique (qui transforme l'acide malique en acide lactique, plus tendre) pour la vinification de la petite arvine, afin de favoriser de la fraîcheur et une acidité qui renforce l'expression des arômes du cépage.

Malgré tout, il serait inexact d'imaginer que ce travail visant à homogénéiser le profil organoleptique des vins de Fully, notamment en favorisant les petites arvines plus sèches, a un effet mécanique direct sur les valeurs sensorielles. C'est bien plus que d'un effort de régulation à long terme qu'il s'agit. Le principal journaliste couvrant le secteur vitivinicole du canton relève à ce propos la présence encore excessive d'arvines trop douces à l'occasion de Fully Arvine en capitale (édition 2011) et rappelle en des termes limpides l'enjeu des rivalités relatives à l'usage «commercial» de la douceur dans le vin :

«À mon goût, encore trop d'arvines légèrement douces. Même si la nature est, on le sait bien, souvent capricieuse, on se dit quand même qu'un certain nombre de

⁴² Entretien avec un vigneron-encaveur du FGC.

⁴³ Entretien avec le responsable de la plus grande cave du FGC.

⁴⁴ Ce qui laisse la possibilité au producteur d'adapter la suite de la vinification avant la mise en bouteille.

ces vins sont voulus comme cela. Ils sont dans ce cas un peu trop commerciaux pour moi. Mais ils se vendent sûrement très bien et c'est tant mieux pour le propriétaire.»⁴⁵

Cette régulation informelle des savoir-faire contribue à la production de règles d'entretien de la ressource (DR2), à la faveur de la production de valeurs sensorielles (arômes spécifiques, vin sec) attendue du cépage autochtone auquel l'ARL s'efforce d'associer la commune. Même s'il s'agit ici de l'ensemble des vins produits par le groupement FGC, la nature informelle de cette pièce de l'arrangement répond (en partie) à l'absence de consensus concernant des règles d'étiquetage plus précises sur le sucre résiduel des vins Grand cru. Surtout, par sa nature informelle, cette forme de régulation qui articule les savoir-faire avec les dispositions de réception des consommateurs (amateurs avertis en l'occurrence, correspondant à l'ambition de montée en gamme de la production) permet de maintenir un équilibre dans la distribution des valeurs entre les membres du groupement, notamment entre leur autonomie et des valeurs sensorielles éventuellement plus homogènes pour les vins de l'appellation. Cet équilibre favorise l'implication de chacun dans l'action collective.

11.3.6 Travaux de recherche

Les apports de la recherche occupent une place importante dans l'articulation locale du savoir-faire des producteurs avec les infrastructures dont ils disposent. Le groupement a participé et contribué au financement de plusieurs projets de recherche appliquée menés par la HES-SO Valais et/ou la station de Changins. Ces travaux ont permis d'enrichir les connaissances sur la nature des sols de Fully et surtout sur leur adéquation avec certains cépages, sur des points allant au-delà du rapport sur l'étude des terroirs valaisans de 2007 (Rapport Sigales, 2007). Certains travaux ont remis en question des principes de culture de la vigne respectés jusqu'ici par les producteurs locaux, notamment la gestion du stress hydrique et son lien avec l'expression des arômes de certains cépages⁴⁶. Globalement, mais ce n'est pas spécifique à Fully, les connaissances retirées de la recherche ou des formations (de la plus jeune génération) à Changins ont profondément accru les savoir-faire. Ainsi, les pratiques locales ou les modes de vinification défendus par les acteurs locaux pour leur caractère traditionnel ne sont pas figés: la recherche de la précision aromatique sur des cépages traditionnels est renforcée par la meilleure maîtrise technique d'aspects tels que les températures et les durées de fermentation ou encore la finesse d'ajustement de la pression lors du pressurage⁴⁷.

⁴⁵ <http://valaisduvin.com/2011/11/19/viste-de-fully-arvine-en-capitale/>. Post du 19 novembre 2011.

⁴⁶ Entretien avec le président du FGC.

⁴⁷ Entretien avec des vigneron-encaveurs.

Dans cette même logique, un projet lancé durant l'année 2012 illustre le degré élevé de maîtrise et surtout de coordination des savoir-faire que les producteurs locaux s'efforcent d'atteindre afin de renforcer la production de certaines valeurs symboliques et sensorielles, notamment vin typique et arômes spécifiques. Il s'agit d'un travail de diplôme au sein de la HES-SO Valais qui étudie la présence (éventuelle) de souches de levures spécifiques au terroir de Fully (levures « indigènes »)⁴⁸ et qui correspondraient aux caractéristiques locales de la petite arvine. L'objectif, poursuivi actuellement par le groupement, consiste à faire breveter cette levure pour la rendre exclusive à la commune, au cas où elle serait identifiée dans les parchets (parcelles) de l'appellation. Ensuite, il s'agirait de la faire adopter par l'ensemble des membres du FGC afin de renforcer le profil-type des arvines de Fully et d'enrichir leurs possibilités de différenciation par rapport aux autres petites arvines du Valais⁴⁹.

Encadré 18. Dans l'appellation mais en dehors de l'arrangement, le vin naturel

Un couple de producteurs installés sur un terrain isolé à l'extrémité de la commune, sur le domaine de Beudon, incarne les rivalités pour la production de valeurs symboliques et sensorielles que suscitent les producteurs de vins naturels. Ces producteurs qui cultivent leurs vignes en biodynamie depuis le début des années 1990 poursuivent des valeurs littéralement incompatibles – du moins dans la définition qu'ils en adoptent – avec les pratiques viticoles conventionnelles et avec les valeurs encadrées par l'ARL de Fully.

Le domaine qu'ils exploitent se caractérise par une diversité biologique exceptionnelle, liée à l'absence totale d'intrants chimiques. Ils se revendiquent *paysans*, cherchant à être au plus près de la terre et sensibles à la dimension spirituelle de l'agriculture telle que la conçoit la biodynamie. S'appuyant notamment sur la transsubstantiation des apports organiques à la plante, qui lie celle-ci avec le cosmos pour favoriser son développement, ce mode de production agricole pratique les principes défendus par Rudolf Steiner dans son « *cours aux agriculteurs* » de 1924 (Hurter, 2014). Le glyphosate, désherbant mis en marché en 1974 par la corporation agrochimique Monsanto, un véritable totem du productivisme agricole menacé d'interdiction (en Europe) depuis que son caractère cancérigène a été démontré⁵⁰, illustre l'antagonisme des

⁴⁸ Il s'agit des levures présentes naturellement dans l'environnement de production, distinctes de levures sélectionnées et produites industriellement, qui ont l'avantage d'offrir plus de prévisibilité et une meilleure maîtrise du processus de fermentation. Les levures indigènes (ou sauvages, ou encore « naturelles ») sont un des éléments centraux sur lesquels s'appuient les producteurs de vins naturels.

⁴⁹ Entretien avec le président du FGC.

⁵⁰ <http://monographs.iarc.fr/ENG/Monographs/vol112/>.

valeurs recherchées par les producteurs de vins naturels avec la production conventionnelle. Très fréquemment utilisés dans le vignoble suisse, ses résidus s'accumulent dans le corps des consommateurs⁵¹, un impact sur l'environnement et la santé humaine que la production biodynamique cherche précisément à éliminer. Les producteurs de Beudon considèrent le vin comme un aliment, qui doit exprimer la «vérité du goût» d'un terroir et d'une origine qui ne peut être authentique qu'en l'absence d'usage de produits chimiques (et de sucre ajouté), en utilisant des levures indigènes, en renonçant à la filtration des vins et en tenant compte «*des forces telluriques et cosmiques qui agissent chez nous*»⁵².

Mais ces savoir-faire et les valeurs symboliques qu'ils poursuivent ont un impact majeur sur les valeurs sensorielles du vin naturel, notamment sur sa texture et son visuel (trouble lié à l'absence de filtration). Ces différences sensorielles et symboliques amènent fréquemment les producteurs de vins naturels à devenir les «parias» de leur appellation et, *in fine*, à renoncer parfois à l'usage de la différenciation de l'appellation et aux flux de revenus correspondants.

Ainsi, pour le millésime 2011, l'AOC Valais a été refusée au fendant de Beudon à la suite d'un contrôle de la commission de dégustation de l'Interprofession, qui juge ce vin «*pas franc, amer, atypique, oxydé, évolué*»⁵³ et interdit sa mise en marché. Un courrier du chimiste cantonal, adressé en réponse aux producteurs – qui contestent la décision (finalement annulée pour un vice de procédure) – résume la rivalité sur les valeurs sensorielles en des termes qui révèlent, de façon limpide, les enjeux d'articulation des dispositions de réception avec le savoir-faire. Une articulation qui, en l'occurrence, ne correspond pas à celle prévue par l'ARL de Fully :

«Il n'est pas facile de répondre à la question concernant un goût "oxydé" par exemple, qui est lié à la vinification bio et qui est alors typique pour ce type de vin ou quand un tel goût représente un défaut pour un vin bio. Les amateurs et connaisseurs de vin comprendront très bien la différence

⁵¹ <http://www.rts.ch/info/suisse/7125072-du-glyphosate-herbicide-conteste-decouvert-dans-l-urine-des-romands.html>.

⁵² Correspondance entre Domaine de Beudon et commission de dégustation de l'IVV, recours pour une seconde dégustation, Fully, 7 juillet 2008.

⁵³ Rapport d'analyse du Laboratoire cantonal et des affaires vétérinaires adressé au Domaine de Beudon du 4 février 2013 et décision suite à opposition du 19 février 2013. L'analyse réalisée par le laboratoire cantonal consiste en fait en une «simple» dégustation, ce que les producteurs incriminés contestent notamment dans l'opposition qu'ils adressent au laboratoire (courrier du 8 février 2013 adressé au chimiste cantonal), en soulignant que le règlement sur la commission de dégustation de l'IVV prévoit à l'art. 4 que «*Au besoin, [la commission de dégustation] mandate le chimiste cantonal pour l'examen analytique des vins*». Une formulation qui, pour les producteurs, devrait renvoyer uniquement à une analyse «*en laboratoire*» des vins, c'est-à-dire biogéochimique.

organoleptique d'un vin bio ou non bio. Le consommateur "normal", si nous osons le nommer de cette manière, sera peut-être surpris d'avoir acheté un vin bio AOC Valais légèrement oxydé.»⁵⁴

Le cas du fendant 2011 est emblématique dans la mesure où ce vin a obtenu une critique particulièrement favorable dans le principal guide des vins biodynamique d'Europe⁵⁵.

11.3.7 Certification Valais excellence

Un dernier projet, axé sur la communication, est développé au sein du groupement et complète l'assortiment des pièces institutionnelles qui composent l'arrangement, bien qu'il ne fasse pas l'unanimité des membres. Il s'agit d'une démarche visant à l'obtention du label de qualité Valais excellence, qui certifie des pratiques de management correspondant aux valeurs de la marque Valais. Une fois obtenue – au terme d'un processus nécessitant un investissement conséquent en temps pour les producteurs qui s'y soumettent – la certification ouvre le droit d'afficher, à la cave et sur le matériel de promotion y relatif, le label Valais excellence, une déclinaison visuelle de la marque Valais. «*L'obtention de la certification Valais excellence représente une étape supplémentaire du positionnement de la petite arvine dans la stratégie de promotion de Fully Grand cru*», souligne le site de la marque⁵⁶. Sept caves parmi les vingt-trois membres du FGC souscrivent actuellement à cette démarche, initiée par le président du groupement, dont le but est «*[...] d'échanger les expériences et les informations, de mettre en commun les compétences et de rechercher les synergies afin d'être performant, de servir d'exemple, de référence et de force de proposition pour les autres membres du groupement, lesquels ont de tout temps la possibilité de se joindre au processus*»⁵⁷. Au-delà de ces éléments, le président souligne surtout le gain en termes de savoir-faire (processus habituels, organisation de la cave, gestion des infrastructures, etc.)⁵⁸.

⁵⁴ Courrier du chimiste cantonal (Laboratoire cantonal et des affaires vétérinaires) adressé au Domaine de Beudon, le 13 décembre 2012.

⁵⁵ <http://www.plusbellelavignebio.com.preview12.oxito.com/guide-des-vins-en-biodynamie-2016/>. L'auteur a pu consulter un exemplaire de l'édition 2016 au Domaine de Beudon.

⁵⁶ <http://www.valais-excellence.ch/fr/news/fully-grand-cru--une-demarche-qualitative-unique-certifiee-valais-excellence-182>. Le site a été altéré et la citation reproduite ici n'y apparaît plus.

⁵⁷ <http://www.valais-excellence.ch/fr/news/fully-grand-cru--une-demarche-qualitative-unique-certifiee-valais-excellence-182>. Le site a été altéré et la citation reproduite ici n'y apparaît plus.

⁵⁸ Entretien avec le président du FGC.

11.3.8 L'échec de l'entretien du paysage

Le paysage identitaire occupe une place importante parmi les valeurs recherchées par la coalition d'acteurs locaux, comme en atteste le dispositif de promotion mis en place par le groupement FGC et ses membres. Il se retrouve dans les représentations graphiques de la Charte (qui expose les inévitables coteaux de vignes de la commune), dans les illustrations qui ornent les caves des producteurs de la commune et, surtout, au cœur de la manifestation Fully en terrasses. En outre, à l'extrême ouest des coteaux de la commune se trouve une zone protégée depuis 1996 dans le cadre de l'inventaire fédéral du paysage⁵⁹, les Follatères.

Le qualificatif « d'identitaire » que nous associons au paysage, dans cet ouvrage, pour définir la valeur correspondante prend tout son sens dans le cas de Fully (comme dans celui de Lavaux d'ailleurs). Le terme souligne qu'il ne s'agit pas d'un simple élément de communication opportuniste ou cynique, mais bien d'un aspect structurant de la pratique des vigneron-encaveurs. Il est courant de voir trôner bien en vue dans la cave une image du paysage des vignes en terrasses de la commune et des vignes exploitées. Les supports de communication ou de contact, site web ou fiche descriptive de la cave, reprennent aussi ces éléments, et ce n'est de loin pas une spécificité de la commune de Fully mais bien une caractéristique des vigneron-encaveurs valaisans (voir à ce propos Bender *et al.*, 2001). Une étude réalisée en 2001 pour l'office des améliorations foncières et de la viticulture souligne que « *le vignoble en terrasses est cher au cœur des Valaisans et revêt à leurs yeux, comme à ceux des visiteurs, des aspects paysagers et culturels uniques* » (Parvex & Turiel, 2001).

Cependant, alors même que l'importance accordée à la production – ou plus exactement à l'usage des valeurs symboliques du paysage identitaire – fait l'objet d'un large consensus, aussi bien local que cantonal, les acteurs ne parviennent pas à s'entendre sur les modalités de régulation des conditions d'entretien (DR2) de la ressource sur cet aspect précis.

Les rivalités qui pèsent sur le paysage opposent, sans surprise, les usages identitaires (et, par prolongement, promotionnels) qui en sont faits à l'entretien des murs en pierres sèches. De nombreux murs s'effondrent. Documenté depuis le début des années 2000, l'état des infrastructures porteuses du paysage se dégrade en effet progressivement. Parvex & Turiel (2001) soulignent alors déjà que si cette dynamique n'est pas freinée par une remise en état des murs qui respecte les lignes de force du paysage, « *le risque est grand de voir disparaître non seulement une partie d'une vitiviniculture de très haute qualité, mais aussi un pan du patrimoine bâti cantonal* » (p. 67).

⁵⁹ Ordonnance concernant l'inventaire fédéral des paysages, sites et monuments naturels d'importance nationale. Numéro 1712: Les Follatères - Mont du Rosel. Inscription: 1996.

L'étude estime à 600 CHF/m² les coûts de reconstruction, alors que le prix du terrain⁶⁰ avoisine les 18 CHF/m² ce qui rend inévitable un subventionnement (Parvex & Turiel, 2001, p. 67).

C'est dans le prolongement des recommandations de ces travaux que le Grand Conseil valaisan alloue en 2008 un crédit-cadre de 3,7 millions de CHF pour une durée de douze ans⁶¹ afin de lancer un projet pilote⁶² sur la partie ouest du vignoble de Fully, dans un secteur qui jouxte directement les parchets intégrés dans le site des Follatères, inscrit à l'inventaire fédéral du paysage. Un syndicat pour les améliorations structurelles du vignoble de Fully est constitué à cette fin en décembre de la même année. Les subventions qu'il prévoit permettent de couvrir 80 % du coût total⁶³.

Malgré cette subvention, le projet pilote de Fully se bloque⁶⁴. Le litige porte sur les critères de la procédure prévue pour le financement: la subvention n'intervenant qu'une fois, le processus de rénovation terminé et l'entier des coûts payés par le propriétaire, pour autant que les conditions fixées par les services cantonaux et fédéraux soient respectées⁶⁵. Or, ces critères proscrivent notamment l'utilisation de mortier ou de ciment dans la construction du mur⁶⁶.

Selon les acteurs locaux, le sol granitique de Fully se prête moins facilement à la construction de murs, contrairement aux zones plus calcaires du canton et nécessite l'usage de béton. Les pierres granitiques de Fully ont plus facilement la forme de grosses « boules » et leur apporter une forme (plate) qui convienne à l'édification de murs en pierres sèches représente un travail de taille plus important et donc plus coûteux que dans la majorité du vignoble. Par conséquent, les murs de Fully reconstruits avec les pierres locales sont composés

⁶⁰ Dans le vignoble de Fully, selon les entretiens menés sur place, le prix du m² est plus proche de 10 CHF.

⁶¹ Décision du Grand Conseil valaisan concernant l'approbation de l'avant-projet de sauvegarde du vignoble en terrasses et des murs en pierres sèches de la commune de Fully et l'octroi d'un crédit-cadre pour l'exécution des mesures prévues à l'avant-projet, du 11 septembre 2008.

⁶² Dans les années qui vont suivre, d'autres projets du même type verront le jour, notamment à Visperterminen, qui semblent rencontrer davantage de succès que les démarches entreprises à Fully, comme le montre une récente présentation de l'office des améliorations structurelles (présentation au colloque sur les murs en pierres sèches, 16 novembre 2012). Un élément explicatif de la rapidité de la concrétisation du projet de Visperterminen serait le fait que la quasi-totalité du raisin produit sur les parchets concernés est achetée par un seul et même négociant.

⁶³ Présentation de l'office des améliorations structurelles à l'occasion du colloque sur les murs en pierres sèches, Sierre, 16 novembre 2012.

⁶⁴ Selon les dernières informations au printemps 2012.

⁶⁵ Ordonnance sur les améliorations structurelles dans l'agriculture (ordonnance sur les améliorations structurelles, OAS) du 7 décembre 1998 (État le 1^{er} juillet 2011). RS 913.1.

⁶⁶ Présentation de l'office des améliorations structurelles à l'occasion du colloque sur les murs en pierres sèches, Sierre, 16 novembre 2012.

d'environ un tiers de béton, afin de stabiliser l'ouvrage. Le coût de cette méthode correspond à 400 à 500 CHF/m², alors que les critères de subventionnement impliquent des coûts compris entre 600 et 900 CHF/m².

La prise en charge collective des démarches d'entretien de la ressource paraît toutefois trop intrusive aux yeux des propriétaires de Fully – imposée « d'en haut » – malgré les économies financières substantielles qu'elle accorde. La réticence des propriétaires est renforcée par l'exemple des parchets situés sur le site des Follatères (inscrits à l'inventaire fédéral), contigu à la zone pouvant bénéficier des subventions du projet pilote cantonal. Les murs effondrés dans le secteur des Follatères ont pu être reconstruits selon les pratiques usuelles à Fully (usage de mortier) tout en bénéficiant de subventions fédérales réservées à l'entretien des sites protégés. Face aux exigences contradictoires entre des instruments qui s'alimentent tous deux d'une contribution fédérale⁶⁷, le comité du syndicat d'amélioration foncière tâche, en vain, de faire reconnaître la légitimité des pratiques admises aux Follatères.

Le blocage de ce projet pilote laisse dès lors libre cours aux initiatives individuelles de réfection de murs. Des initiatives dont les acteurs locaux regrettent parfois l'impact négatif qu'elles peuvent avoir sur la production de valeurs symboliques⁶⁸. À titre d'exemple, une des principales entreprises de négoce du canton a fait venir des ardoises d'une autre commune pour reconstruire certains de ses murs à moindre coût. Or, les couleurs de ces murs se détachent nettement de l'apparence des murs en pierres locales, et les producteurs de Fully ne peuvent que déplorer cette perte dans l'intégration du paysage⁶⁹.

Ainsi, les rivalités portant sur l'usage des valeurs symboliques paysage identitaire ne sont pas régulées : si l'ARL fixe des modalités d'exploitation de ces valeurs, essentiellement par le biais de la manifestation de promotion Fully en terrasses qui cible les dispositions de réception des consommateurs, ces dernières ne sont pas articulées avec des règles d'entretien de la ressource (DR2) impliquant une restriction d'usage des infrastructures articulée avec les savoir-faire des producteurs. Sur ce point, l'absence de consensus sur les modalités précises des prescriptions d'usage acceptables par les acteurs locaux rend totalement inopérantes – de manière relativement surprenante – les ressources financières substantielles mises à disposition par le canton (et la Confédération). Il en découle un usage non coordonné des infrastructures et

⁶⁷ Les subventions du projet pilote du canton du Valais comptent un tiers de contributions fédérales.

⁶⁸ Entretien avec des producteurs de Fully.

⁶⁹ Le respect de « l'identité locale » dans l'apparence des murs constitue d'ailleurs un facteur primordial des critères du programme de subventionnement : la couleur des pierres tout comme leur aspect faiblement travaillé (taillé) doivent être cohérents (Présentation de l'Office AS, 16 novembre 2012).

des savoir-faire qui est en décalage par rapport aux dispositions de réception des usagers des valeurs d'un paysage identitaire: des murs à l'apparence étrangère, des murs effondrés qui favorisent l'abandon définitif des parcelles, ou encore des murs qui disparaissent au profit de vignes cultivées en banquettes.

Tableau 11 Synthèse de l'ARL de Fully

	Variable	Description
Indépendantes	Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Coalition de vigneron-encaveurs de la commune de Fully, avec un historique (années 1980) de collaboration locale fructueuse et pionnière dans un contexte de rivalités politiques cantonales et locales. Coalition soutenue par des acteurs politico-administratifs cantonaux (conseiller d'État et œnologue cantonale). Souhaitent développer une différenciation produisant les valeurs de réputation de l'appellation, vin d'exception, vin typique (cépage), vin sec, arômes spécifiques et contenant distinctif et qui canalise les flux de revenus (vente et parts de marché) vers les producteurs locaux. La coalition s'oppose aux grandes entreprises de négoce et coopératives et à la grande distribution, qui fait un usage concurrent des valeurs sensorielles tout particulièrement (vin sec <i>vs</i> doux) et menace la production des autres valeurs symboliques défendues par la coalition.
	Ressources d'action	Mobilisation des ressources humaines (ancien directeur IVV), organisation (FGC, associations antérieures, manifestations), consensus. Construction d'une dotation en ressources information (travaux de recherche), argent et soutien politique (Municipalité, Conseil d'État), facilité par le « pas de deux » avec la stratégie cantonale. La ressource droit (notamment sur la bouteille Grand cru Valais) que les concurrents peuvent mobiliser ne suffit pas à ces derniers.
	Créativité institutionnelle	Créativité institutionnelle pour rendre opérationnel le lien cépage-appellation <i>via</i> mise en place d'un engrenage institutionnel à composants formels et informels (charte, avenant, manifestations de promotion et pratiques œnologiques) et accent de la régulation sur les valeurs symboliques et sensorielles. Exploitation maximale des règles cantonales, et complément local pour renforcer l'exclusion et la « territorialisation » d'un cépage autochtone et double 100%. Complément avec création du groupement FGC. Contournement des règles sur la bouteille Grand cru et – dans l'esprit – de l'interdiction des ententes sur les prix (cartels). Stratégie totale: jeu sur tous les outils de différenciation prévus (OVV) et aussi « <i>en dehors des règlements</i> » pour renforcer l'exclusion.

Variable		Description
Dépendantes	Dimensions de régulation	<p>Durcissement des règles d'appartenance (DR1) avec le Grand cru, le double 100% de la charte (autolimitation) et la bouteille identitaire de l'avenant.</p> <p>Renforcement des règles d'entretien (DR2) avec les cotisations, les prix minimums, les dégustations et les recommandations de vinification, et le projet de levures. Le durcissement des règles d'exploitation (DR2) sur des valeurs symboliques (vin typique, contenant distinctif, vin d'exception) et sensorielles (vin sec, arômes spécifiques) a pour but précis d'exclure les concurrents externes.</p> <p>Règles d'arbitrage (DR3) essentiellement informelles (et souples) pour favoriser la dynamique collective locale et ménager l'autonomie.</p>
	Constituants touchés	<p>Accent sur les dispositions de réception: communication (médiation du lancement de la charte), manifestations grand public pour un profil de goût spécifique, promotion d'une bouteille distinctive.</p> <p>Travail complémentaire sur les infrastructures: restrictions des droits d'assemblage, et usage d'un contenant spécifique. Échec de l'entretien du paysage.</p> <p>Articulation fine des savoir-faire: <i>via</i> les travaux de recherche, les dégustations et conseils œnologiques, le projet levure.</p>

11.4 DISCUSSION DE L'ARL DE FULLY

L'arrangement qui fait l'objet de cette étude de cas s'élabore de façon progressive, sur les bases d'une action collective modeste, mais pionnière et essentielle, qui émerge durant les années 1980 sous la forme d'échanges entre producteurs locaux, et qui se concrétise par une première association de «vignerons-éleveurs» en 1991. Les pièces institutionnelles qui suivent (jusqu'en 2012) et qui caractérisent ensemble l'ARL tel qu'il se donne actuellement à l'analyse, prolongent la dynamique locale en faveur de la différenciation de la ressource, en articulant finement l'organisation avec l'évolution de la stratégie cantonale et de la réglementation correspondante.

Les acteurs de Fully élaborent leur action collective en vue de construire une ressource à laquelle ils ont un accès exclusif, ou à tout le moins privilégié. Afin de sécuriser leur accès aux valeurs économiques (sous forme de parts de marché et de prix principalement) que la production de vin de l'appellation leur procure, ceux-ci considèrent nécessaire que la différenciation de la ressource favorise les valeurs symboliques de réputation de l'appellation, de vin typique (particulièrement un cépage autochtone), de vin d'exception, de contenant distinctif, tout en ménageant l'autonomie des producteurs. Les valeurs sensorielles de vin sec et d'arômes spécifiques doivent être garanties de façon équivalente.

Il apparaît que cette combinaison de valeurs offre un équilibre qui favorise l'implication des acteurs dans l'action collective et, surtout, qu'elle est la seule à même de s'opposer avec succès aux usages rivaux de l'appellation (notamment en termes de profil sensoriel du vin) par certaines entreprises de négoce extérieures à la commune ainsi que par la grande distribution. Une rivalité qui menace la production des autres valeurs symboliques que recherchent les producteurs de Fully.

En créant le groupement Fully Grand cru (FGC), qui organise la première manifestation Arvine en capitale en 1999, la coalition de vigneron-encaveurs formée à Fully s'inscrit de façon précoce dans une stratégie cantonale qui met résolument l'accent sur les cépages autochtones et sur les spécialités. Une stratégie dont les grandes lignes sont déjà apparentes – et donc connue dans la filière – dès le lancement du programme de sauvegarde qui aboutit à la Sélection Valais (voir chapitre précédent), avant d'être concrétisée dans l'ordonnance cantonale de 2004. Dans la phase la plus récente de l'ARL, qui débute avec la rédaction du règlement Grand cru de 2010, cette anticipation permet à la coalition d'acteurs de Fully d'exploiter pleinement les outils prévus par la stratégie cantonale et de s'assurer du soutien précieux du conseiller d'État en charge de l'économie (et donc de la politique vitivinicole), dans le cadre de la charte «*Fully, destination petite arvine*».

Pour consolider l'ARL avec les différentes pièces institutionnelles qui le composent, les acteurs du groupement FGC parviennent ainsi à mobiliser et à combiner des ressources décisives. Humaines d'abord, en engageant comme responsable de la promotion du groupement l'ancien directeur de l'IVV – qui a quitté l'Interprofession après plusieurs mois de tension avec son comité⁷⁰. La résistance opiniâtre de Fully à l'utilisation de la bouteille Valais au profit d'une bouteille communale comme support de différenciation visuel n'est ainsi pas étrangère à l'arrivée de cet acteur au sein de la coalition de Fully. Celui-ci a, en outre, amené avec lui un niveau de connaissance pointu des enjeux, dynamiques, des conflits et des rapports de force de la branche, autant au niveau du canton que par rapport au marché suisse.

Les acteurs mobilisent avec succès leur organisation antérieure, comme l'association des vigneron-éleveurs, les réunions de dégustation et les manifestations de promotion, ainsi que le consensus et la confiance entre les membres que cette organisation permet d'entretenir (par les échanges réguliers notamment). Au niveau individuel des caves, on peut ajouter que la qualité de l'organisation est accrue par les démarches de certification.

Enfin, en mobilisant habilement les ressources d'action dont ils disposent, les acteurs parviennent à se doter de ressources financières conséquentes: c'est en s'appuyant sur le consensus local qu'il est possible de convaincre les

⁷⁰ *Le Nouvelliste*, 28 octobre 2010.

membres de payer des cotisations relativement élevées (2 500 CHF) par rapport aux niveaux antérieurs et d'obtenir ainsi le soutien politique et financier des autorités locales, qui aboutit à une contribution annuelle correspondant à 50 % du budget du groupement. Les travaux de recherche entrepris alimentent quant à eux l'information dont disposent les acteurs. Le soutien politique apporté par le conseiller d'État (en plus de celui de la municipalité) complète les forces d'action collective qui peuvent être canalisées dans le jeu d'acteurs. Cet appui politique qui procure une forte légitimité et une visibilité à la mobilisation des vigneron-encaveurs est sans aucun doute facilité par le fait que Fully s'inscrit pleinement dans la logique de la stratégie cantonale.

Cette combinaison de ressources d'action permet aux acteurs locaux organisés au sein du groupement de s'opposer avec succès à l'Interprofession (sur la question de la bouteille « identitaire », au cœur de l'ARL, voir *infra*) pourtant détentrice de la ressource droit, qui s'avère ici inopérante.

C'est sur cette base de ressources d'action que les acteurs locaux font preuve d'une créativité institutionnelle en épuisant la palette des outils offerts par la réglementation cantonale et en allant au-delà de ce qu'elle prévoit. Cela leur permet de rendre opérationnelle la stratégie hybride du canton, en visant en l'occurrence à associer le cépage autochtone phare du canton avec l'appellation Fully. Ils parviennent ainsi à rendre l'accès à cette ressource particulièrement compliqué pour les acteurs de la filière extérieurs à la commune.

L'engrenage institutionnel qui lie entre elles les différentes pièces de l'ARL se distingue en effet sous deux aspects. Premièrement, il parvient à combiner de façon particulièrement créative les éléments de régulation formels (le règlement Grand cru, la charte) et informels (l'avenant à la charte qui prévoit la bouteille identitaire, les manifestations de promotion et la régulation des pratiques œnologiques). Deuxièmement, il porte un accent marqué sur la régulation des valeurs sensorielles et symboliques.

Le groupement FGC lui-même complète les règles cantonales, en se superposant à la commission Grand cru prévue par l'ordonnance. L'exigence du double 100 % de la charte complète quant à elle les règles d'assemblage en renforçant la « territorialisation » de la petite arvine, associée au périmètre de la commune, construisant ainsi l'exclusivité (à la faveur de producteurs locaux) des « authentiques » petites arvines de Fully. L'utilisation de la bouteille identitaire prévue par la charte contourne sans équivoque la disposition cantonale, formulée par l'IVV. Ce contournement est opéré de façon assumée et stratégique dans la mesure où le règlement Grand cru mentionne « sagement » la bouteille des Grands crus du Valais dans le simple but de surmonter l'obstacle formel de l'homologation du règlement par le Conseil d'État. Il en est de même des prix minimums fixés dans l'avenant à la charte, qui contournent l'interdiction (fédérale) des ententes sur la fixation des prix. Ce faisant, les acteurs de Fully adoptent une stratégie que l'on qualifiera de totale au sens où elle épuise tous les outils de différenciation prévus par l'ordonnance cantonale et

s'approprient pleinement la stratégie hybride qu'ils poursuivent. Les acteurs – plus particulièrement les meneurs de la coalition – canalisent leur action collective « *en dehors des règlements* », comme le relève le président du groupement, afin de renforcer l'exclusion des acteurs de la branche avec lesquels ils sont en rivalité pour l'usage de la ressource.

Le point le plus créatif de cette ingénierie institutionnelle consiste certainement dans l'imbrication fine qu'elle réalise entre les éléments formels et la régulation informelle opérée par l'avenant à la charte, qui vient étendre la portée de la bouteille identitaire à l'ensemble des vins produits par les signataires, renforçant ainsi simultanément l'exclusion des acteurs externes et faisant de ce simple contenant en verre à la forme distinctive un outil de régulation à part entière.

Dans le cas du Fully Grand cru, cette combinaison produit un effet d'exclusion bien réel, comme le résume un membre de la direction de PROVINS, peu optimiste de parvenir un jour à produire du Fully Grand cru dans les chais de la coopérative: « *Si ça se trouve, il va bientôt falloir épouser la fille du président de la commission Grand cru pour avoir le droit de faire du Fully Grand cru* ». ⁷¹

En termes de variables dépendantes, cet ARL se caractérise par un durcissement des règles d'appartenance (DR1) qui s'opère par le règlement Grand cru, par l'autolimitation du double 100 % prévu par la charte, et surtout par l'usage de la bouteille identitaire que généralise l'avenant à la charte. Ces éléments fixent quelles sont les conditions légitimes d'appartenance à la ressource.

Les règles d'entretien et d'exploitation de la ressource (DR2) sont également renforcées par l'augmentation des cotisations pour le groupement, le respect de prix minimums prévus par l'avenant à la charte ainsi que la régulation des pratiques œnologiques qui découlent des séances de dégustation et des conseils apportés par l'œnologue cantonale. Comme indiqué plus haut, le fait que la régulation des valeurs sensorielles – qui a pour objet une coordination du profil organoleptique du vin de l'appellation – s'opère dans un cadre informel (contrairement à une dégustation d'agrément donnant droit à l'usage d'un certain outil de différenciation par exemple), permet de ménager l'autonomie des producteurs locaux dans leurs choix finaux de vinification, une valeur symbolique particulièrement importante pour les vigneron-encaveurs. La préservation de cette marge d'autonomie favorise en retour l'implication de chacun dans l'action collective. Le projet consistant à breveter les levures autochtones vise également à étoffer les règles d'exploitation et d'entretien de la ressource, en contribuant aux valeurs sensorielles (expression du terroir, arômes spécifiques).

⁷¹ Entretien avec le directeur technique de PROVINS.

Figure 17 L'articulation des pièces formelles et informelles de l'ARL de Fully

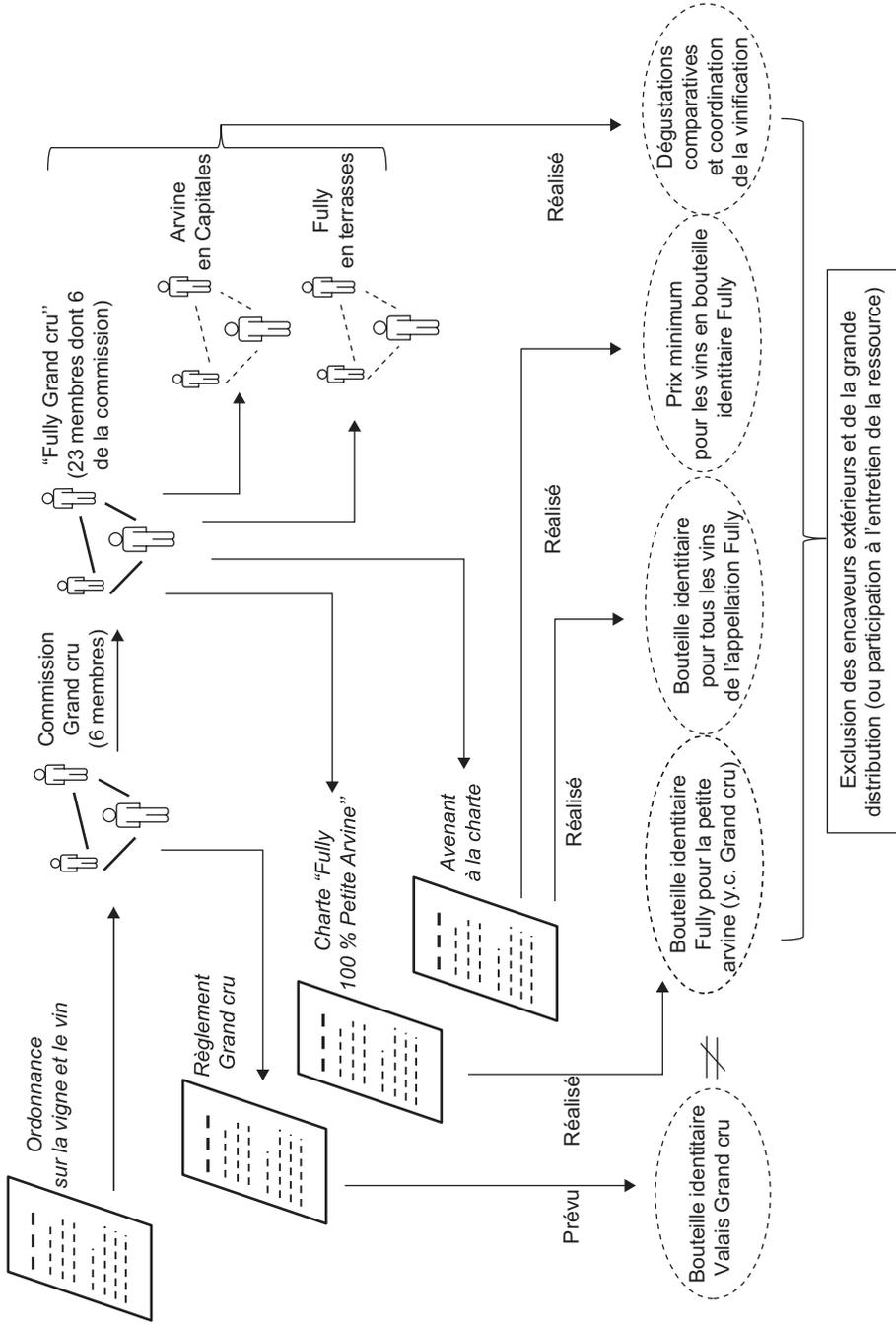


Illustration personnelle

Ce travail de régulation sur les règles d'exploitation et d'entretien, qui porte spécifiquement sur les valeurs symboliques (vin typique, etc.) et sensorielles (vin sec, arômes spécifiques), fournit le liant principal aux différentes pièces de l'ARL dans le but d'exclure le plus possible les concurrents externes de l'usage de la ressource ou de les amener à contribuer à celle-ci de manière à ce que la production et la distribution des valeurs soient jugées équilibrées par les membres de la coalition de Fully.

La régulation des conflits (règles d'arbitrage, DR3) est maintenue souple et informelle par les meneurs, afin de ménager l'autonomie des acteurs et de favoriser la poursuite de la dynamique collective.

D'une manière générale, il apparaît que les multiples dimensions de régulation de cet arrangement, caractérisé par une imbrication ingénieuse d'éléments formels et informels, portent un accent principal sur les dispositions de réception des consommateurs. Ce constituant de la ressource fait l'objet d'un travail de communication important qui passe par la charte, la promotion d'une bouteille distinctive et surtout des manifestations de promotion qui permettent au grand public de faire l'expérience sensorielle des caractéristiques de l'appellation, aussi bien du profil organoleptique spécifique de ses vins « authentiques » que de son paysage. Les dispositions de réception sont articulées avec des mesures qui ciblent les usages des infrastructures de la ressource, essentiellement en encadrant les droits d'assemblage et, surtout, en prescrivant l'utilisation d'une certaine bouteille. Le jeu d'acteurs porte donc moins sur le périmètre physique (foncier) de la ressource que sur les dispositions de réception des consommateurs et, plus particulièrement, sur leur conception et leur expérience physique incorporée de ce qu'est la ressource « authentique ».

En ce qui concerne les usages des infrastructures, les seules mesures qui font défaut sont celles qui pourraient contribuer à l'entretien du paysage. Enfin, ultime élément décisif, dans cette articulation entre les trois composants de la ressource, les savoir-faire font l'objet de l'attention des acteurs locaux depuis les premières formes d'organisation locale : ils sont enrichis régulièrement par les dégustations organisées au sein du groupement et par les travaux de recherche, dont le projet de levure est le dernier en date.

CHAPITRE 12

ÉTUDE DE CAS IV - L'APPELLATION CHAMOSON

12.1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

L'analyse du cas de Chamoson s'inscrit dans une temporalité relativement longue du fait de la prise en considération d'éléments de l'organisation qui remontent aux années 1980. Toutefois, la mise en place de l'arrangement dans sa forme actuelle est récente, celui-ci étant consolidé dès 2010, soit dans la même période que le cas de Fully.

Première commune viticole du canton en termes de surface et de volume produit, Chamoson est située sur la rive droite du Rhône dans le Valais central. La commune déploie la grande majorité de son aire viticole de 420 ha¹ sur un terrain dont la faible pente se termine dans le Rhône et qui prend naissance aux pieds de coteaux où sont cultivées des vignes en terrasses qui ne représentent qu'environ 10% du vignoble de la commune.

Les racines des vignes de Chamoson s'alimentent dans un sol essentiellement calcaire et particulièrement bien drainé², formé en majeure partie par le cône de déjection d'un torrent. Plus de mille propriétaires se partagent un ensemble de parcelles d'une surface moyenne de 443 m², caractéristique de la fragmentation du vignoble valaisan. Depuis la fin des années 1970, Chamoson jouit d'une réputation très favorable pour le johannisberg (cépage sylvaner), après avoir traversé une période marquée par des excédents récurrents de ce cépage en Valais et une baisse flagrante de sa qualité, notamment due à une production sur des sols inadaptés ou à trop haute altitude. Les encaveurs de Chamoson en ont alors appelé à un système permettant de distinguer et de valoriser les bons johannisberg: « *Chamoson est [à l'égard de la qualité des zones de production du sylvaner] bien placée et ne voudrait pas perdre l'avantage que lui procure le fait de produire de bons johannisberg* »³.

¹ Correspondant à environ 3 614 280 litres encavés en 2011.

² Information du site de la commune: <http://www.chamoson.ch>.

³ Archives de l'UNVV, 23 septembre 1976, cité dans (Zufferey-Périsset, 2009, p. 481).

Connaissant une évolution comparable à celle de l'ensemble du Valais, Chamoson témoigne d'une très forte diversification de l'encépagement depuis la fin des années 1980 : 29 cépages étaient cultivés en 1990, la commune en compte désormais 42 (Office de la viticulture, 2012b). L'érosion massive du fendant est l'aspect le plus remarquable de cette diversification. Le cépage traditionnel passe de 28 % à 12 % de la surface plantée en vignes, une chute nettement plus marquée que celle de la moyenne cantonale, qui passe de 35 % à 20 % durant la même période. La réputation historique dont la commune bénéficie pour ses johannisberg se traduit par la légère progression de sa surface, de 17 % à 18 %, entre 1991 et 2011. Cette diversification, qui s'accompagne d'une demande à la volatilité croissante pour l'un ou l'autre cépage, entraîne des rivalités sur l'usage des infrastructures (parcelles plus ou moins adaptées à tel ou tel cépage), que l'instrument des secteurs d'encépagement – prévu par l'ordonnance cantonale de 2004 (OVV) – vise à encadrer.

Malgré la réputation dont l'appellation jouit pour le johannisberg, l'ARL de Chamoson n'a pas pour objectif premier de construire une différenciation de l'appellation fondée sur une association avec ce cépage, dans un but d'exclusion, comme c'est le cas à Fully. Les acteurs à la tête de la dynamique qui s'élabore progressivement dans le sillage des instruments prévus par la stratégie cantonale visent bien plus à construire une ressource inclusive et à surmonter les rivalités locales, dans un contexte local peu favorable à une action collective. En effet, le secteur vitivinicole de la commune est marqué par un clivage politique et par l'autonomie revendiquée par de nombreux vigneron-encaveurs, qui découle pour partie de l'échec de projets collectifs lancés par des œnologues pionniers durant les années 1980. Ceux-ci voulaient enrichir les connaissances techniques des producteurs et adapter l'usage des infrastructures locales en conséquence. C'est sur les cendres de ces organisations et face à de vives rivalités que se construit, de façon incrémentale et complexe, l'arrangement actuel. Cette étude de cas remonte la logique de la construction et de l'imbrication des différentes pièces institutionnelles qui composent cet arrangement inclusif, porté par une coalition d'acteurs encore fragile. Cet édifice complexe apporte ce que nous appellerons le minimum d'organisation de la ressource sur lequel les acteurs locaux parviennent à s'entendre.

12.2 ACTEURS ET RIVALITÉS

Le jeu d'acteurs qui mène à la formation de l'arrangement se noue entre les vigneron-encaveurs de la commune, les vigneron locaux (qui restent toutefois au second plan) et des entreprises de négoce. Parmi ces dernières, certaines sont situées sur la commune et prennent part à l'organisation collective locale. D'autres, et parmi elles la grande coopérative PROVINS, sont implantées ailleurs en Valais, mais entretiennent un rapport particulier avec l'appellation en achetant depuis de nombreuses années des quantités importantes de raisin issu

de la commune. La notoriété dont jouit l'appellation permet d'écouler du vrac à un prix légèrement supérieur à l'AOC Valais seule⁴.

Cette notoriété et la réputation de qualité dont bénéficient plus particulièrement les johannisberg de l'appellation tiennent en partie au travail réalisé par les vigneron-encaveurs de la commune. Alors que le vignoble valaisan peine à sortir des incitations à la surproduction, quelques-uns de ces derniers, formés en œnologie, fondent en 1987 une association au nom évocateur (*Viti 2000*) pour réaliser un projet pionnier d'analyse du terroir de Chamoson (sol, climat, vinification, etc.), afin de professionnaliser la production de vin de qualité.

Les connaissances détaillées issues de ces travaux de recherche ne sont que peu utilisées par les producteurs locaux et seulement partiellement reprises par l'office cantonal de la viticulture. L'association s'essouffle alors rapidement. Des conflits (ou « jalousies », selon plusieurs acteurs y ayant participé) récurrents entre les membres et des défections, puis le manque de relève générationnelle et de disponibilité ont finalement raison de l'activité de l'association. Une partie de l'échec de ce projet tient au fort clivage politique qui divise la commune. Cette fracture oppose les membres (ou électeurs) du Parti démocrate-chrétien (PDC) et du Parti radical (libéral-radical ou PLR depuis 2008), une rivalité qui reste visible dans les relations entre acteurs⁵. Historiquement, le PDC est majoritaire dans le canton et dans la commune, mais son emprise s'est peu à peu érodée. Il est désormais à égalité avec le PLR au sein de l'exécutif communal (deux sièges PDC, deux sièges PLR), en compagnie récente d'un représentant de la droite populiste (Union démocratique du centre, UDC). Or, le projet *Viti 2000* comporte une dimension politique marquée dans la mesure où il émane de vigneron-encaveurs minoritaires, de sensibilité radicale, qui revendiquent alors une conception « révolutionnaire » (*i. e.* scientifique) des savoir-faire nécessaires à la production de vin de qualité.

L'échec de ce projet novateur, ou plus exactement la faible diffusion de ses résultats laisse des traces dans les relations actuelles entre les producteurs locaux. Plus généralement, plusieurs vigneron-encaveurs revendiquent, depuis, leur indépendance et préfèrent s'investir dans la construction de leur propre réputation plutôt que dans celle de l'appellation Chamoson.

Deux grandes caves sont situées sur le territoire de la commune et encavent respectivement environ 1,5 million et 2,5 millions de litres par an, ce qui correspond à un dixième de l'encavage du canton. La plus « petite » des deux dispose par ailleurs de surfaces importantes de vignes sur la commune. Les négociés extérieurs

⁴ Un négociant interrogé évoque un supplément de prix d'environ 20 cts/litre, ce qui correspond à un gain de 5 % environ par rapport au prix moyen du vrac. Ces informations sont toutefois purement indicatives.

⁵ Il apparaît que les membres des deux principaux partis opposés ne fréquentent pas les établissements publics (cafés et restaurants) de la commune dont le propriétaire est proche de l'autre parti, ce qui en dit assez long sur les oppositions politiques entre certains acteurs locaux.

à la commune (comme PROVINS) sont des acteurs qui n'interviennent pas directement dans l'arrangement local, mais ils constituent cependant des acheteurs importants pour les nombreux producteurs de raisin (vignerons professionnels ou non) que compte la commune. Les grandes entreprises de négoce « historiques » pour la commune, c'est-à-dire celles qui ont toujours acheté une partie importante du raisin de Chamoson, sont elles aussi associées à une certaine couleur politique qui reflète pour partie celle de leurs fournisseurs de raisin. À titre d'exemple, la coopérative PROVINS est communément associée au PDC, alors que l'entreprise Les Fils Maye a été fondée par des vignerons de Chamoson minoritaires politiquement et proches du PLR. Cette dernière entreprise est implantée à Riddes (commune voisine) pour des raisons logistiques (accès au chemin de fer), mais elle est bien l'expression de la production de Chamoson⁶. Enfin, l'importante cave Orsat, implantée à Martigny et désormais propriété des frères Rouvinez (parmi les principaux encaveurs du canton) correspondait au pendant radical (PLR) de l'encavage, face à son traditionnel concurrent PROVINS. Le jeu des fusions et acquisitions et plus généralement de la concentration au sein du négoce depuis les crises de surproduction de 1982-1983 a toutefois largement rebattu les cartes des affinités politiques dans le négoce, qui sont désormais moins sources de clivage à l'échelle cantonale.

Dans cette configuration d'acteurs, les grandes entreprises de négoce cantonales occupent une place importante. Tout particulièrement trois d'entre elles qui contribuent de longue date aux parts de marchés et à la notoriété de l'appellation. Ces entreprises, implantées dans la commune ou non, sont des productrices et des usagères importantes de la réputation de l'appellation que produit la ressource, ou éventuellement de la réputation de leur marque privée, pour du vin produit avec du raisin de Chamoson. Ainsi, elles contribuent par leurs débouchés importants à la production de flux de revenus pour les vignerons locaux. En 2012, la commune compte par ailleurs 29 vignerons-encaveurs, qui assurent environ 20 % de l'encavage du raisin produit sur le territoire de cette dernière⁷.

Encadré 19. Illustration des rivalités sur l'usage de la réputation de l'appellation

Un des principaux négociants du canton (environ 2,5 millions de litres encavés par an) résume de manière assez lapidaire les enjeux liés à la création et à la distribution de la valeur de réputation de l'appellation. Installé dans la commune depuis quelques années, il indique qu'environ 25 %⁸ de son volume d'encavage bénéficie de la dénomination de Chamoson, avec un succès croissant. Suivant la logique commerciale

⁶ Entretien avec un vigneron-encaveur.

⁷ Communication du chimiste cantonal reçue par email le 12 mars 2013.

⁸ Vendu en vrac uniquement. Il n'utilise pas la dénomination communale sur sa gamme bouteille.

qu'atteste le volume de sa production⁹, renforcer la visibilité de la dénomination communale « *c'est bon pour tout le monde, on peut vendre plus cher, même en vrac. "Ach! Chamoson, che connais, super ¹⁰!" On peut vendre 20 centimes plus cher. Et après, sur une carte le client voit Chamoson, et il prend* »¹¹. Il souligne par ailleurs que dans les logiques d'achat qui prévalent dans le domaine du négoce de vin en vrac, les acheteurs (concrètement, les grands distributeurs, tels que Coop, Denner ou le groupe Fenaco¹², ou encore les intermédiaires qui les fournissent) souhaitent « tenir » l'appellation. S'ils sont favorables à ce qu'elle « monte » un peu pour avoir des « produits sexy » dans leurs rayons, ils veillent cependant à ce qu'elle ne devienne pas pour autant trop forte, ce qui risquerait d'apporter un ascendant aux producteurs lors de la négociation des prix : « *Ils (les acheteurs) aimeraient une marque, mais ils ne sont pas prêts à la financer* ». En l'occurrence, l'encaveur considère que la désignation communale est l'équivalent d'une marque, en tant que support de notoriété. Cela rejoint la logique adoptée dans le présent ouvrage pour définir la valeur de réputation de l'appellation ou de la marque, et ce cas fait écho aux considérations de l'*excursus* sur les marques (Encadré 12).

Pour l'instant, la « *force de la marque Chamoson* » dans le négoce en vrac, mais également en bouteille découle, selon ce négociant, du travail des vigneron-encaveurs locaux essentiellement : « *À Chamoson, il y a les meilleurs encaveurs du Valais, et Chamoson c'est réputé grâce à eux* ».

L'usage de la réputation de l'appellation et les flux de revenus qu'elle procure aux producteurs locaux comme aux caves externes sont ainsi relativement largement distribués, au-delà de ceux qui contribuent le plus fortement, à titre individuel, à la production de ces valeurs et sans qu'une contribution spécifique d'entretien soit requise de l'ensemble des usagers. Certes, « *Chamoson, c'est réputé grâce à eux* [aux vigneron-encaveurs] ». Mais l'un de ces vigneron-encaveurs, qui revendique son autonomie, souligne de manière métaphorique les multiples valeurs auxquelles peuvent aspirer les usagers de la ressource et qui suscitent les

⁹ Qui se fonde principalement sur le volume et le fait de préparer de grandes quantités de moûts selon les attentes du client.

¹⁰ Avec une imitation d'accent suisse alémanique pour signifier qu'il s'agit du marché éponyme.

¹¹ Rappelons que le vin vendu en vrac est considéré comme de qualité inférieure à celle d'un vin produit et mis en bouteille sur l'exploitation, essentiellement pour des raisons qualitatives liées aux manipulations rendues nécessaires par le transport (voir à ce propos les considérants de l'arrêté de la Cour de justice des communautés européenne, CJCE 388/95, p. 3167 au sujet du Rioja, résumé dans Laesslé, 2012, p. 42).

¹² Coopérative agricole suisse qui fournit aux agriculteurs les intrants, achète leurs produits et contrôle notamment deux enseignes de commerce de détail, Volg et Landi, qui distribuent également du vin et des spiritueux.

rivalités sur l'usage de la réputation de l'appellation : « *Certains sont là pour faire du vin, d'autres pour faire de l'argent* ».

L'adoption par les producteurs de la commune d'un règlement Grand cru en 2011 met en évidence l'enjeu de la répartition des charges d'entretien de la ressource, et fait apparaître une rivalité qui oppose deux visions de la logique que devrait poursuivre l'arrangement de régulation. L'une met l'accent sur l'image et la communication, l'autre sur l'authenticité des vins dans l'expression du terroir. Ces deux visions renvoient à des rivalités sur les valeurs attendues de la ressource et sur leur distribution.

Dès lors, les principales rivalités qui opposent les acteurs locaux portent essentiellement sur la production de valeurs symboliques, telles que l'indépendance/autonomie des vigneron-encaveurs et la réputation de l'appellation, et de valeurs sensorielles d'expression du terroir. Les valeurs de vin d'exception (pouvant bénéficier du label Grand cru), de vin typique (associé à un cépage) et de lien social sont également recherchées par les acteurs, mais elles font l'objet de rivalités moins marquées. Cependant, c'est selon nous précisément pour cette raison qu'elles sont au centre des premiers éléments de régulation locale que développe l'arrangement (voir *infra*). En effet, l'objectif des meneurs est avant tout de relancer la dynamique locale afin de consolider et de développer la différenciation de la ressource face à un contexte commercial de plus en plus compétitif.

12.3 L'ARL DE CHAMOSON

La structure de présentation de l'ARL de cette étude de cas est destinée d'abord à mettre en évidence l'une des principales rivalités qui limitent l'implication des acteurs locaux dans la démarche collective que requiert la construction d'une ressource commune. Le règlement Grand cru, dont la commune se dote en 2011, n'occupe pas une place centrale dans l'ARL, mais permet d'illustrer comment s'opposent deux visions relatives à l'orientation qu'il conviendrait d'apporter à la ressource. Cet exemple nous amène à formuler une explication plus en profondeur des rivalités en présence et de la façon dont les différentes pièces institutionnelles de l'ARL se prolongent et s'imbriquent dans le but de surmonter – si ce n'est résoudre – ces rivalités. L'aboutissement du règlement Grand cru illustre d'emblée le caractère inclusif, mais sélectif de l'arrangement de cette étude de cas, une caractéristique que l'on retrouve dans chacune des pièces qui le composent.

12.3.1 Le règlement Chamoson Grand cru

Comme six autres communes valaisannes, les producteurs de Chamoson adoptent en 2011 un règlement pour la production de vin Grand cru¹³. À l'heure

¹³ Règlement communal d'appellation Chamoson Grand cru. Adopté par le conseil municipal en séance du 26 avril 2011.

du travail de terrain (2012), il est encore trop tôt pour évaluer le succès de cette démarche en termes de nombre de participants et donc de bouteilles Chamoson Grand cru mises sur le marché. Les entretiens indiquent toutefois que moins d'une dizaine de vigneron-encaveurs sur la trentaine que compte la commune souhaitent y souscrire, alors que l'intérêt qu'y porte le négoce n'est pas plus prononcé. Les hésitations de l'Interprofession au sujet de l'usage d'une bouteille Grand cru Valais ont semble-t-il contribué à la réticence des vigneron-encaveurs à se lancer rapidement dans ce projet.

Définition des secteurs d'encépagement Grand cru

Homologué par le Conseil d'État en 2011, le règlement Grand cru de Chamoson est le produit d'un laborieux processus ayant mené à un accord entre les différents vigneron-encaveurs impliqués dans la commission y relative. Durant cette phase de discussion et d'élaboration qui dure plusieurs années, les conflits portent essentiellement sur la définition des secteurs d'encépagement retenus pour le Grand cru et celle des cépages autorisés à la plantation sur chacune de ces zones, c'est-à-dire l'instrument clé prévu à l'art. 89 de l'ordonnance cantonale (OVV) et destiné à une régulation fine de l'usage des infrastructures. Certains commissaires défendent une vision plus restrictive, d'autres une version plus souple du Grand cru, donc moins rigoureuse sur le choix des zones les plus qualitatives et des cépages appropriés pour ces parcelles.

La démarche adoptée par l'un des vigneron-encaveurs meneurs de l'ARL, membre¹⁴ de la commission Grand cru, illustre l'approche (relativement) souple qui caractérise le règlement tel qu'il est finalement adopté. Ce producteur est le proche ami du propriétaire de la deuxième cave la plus importante du canton. Lors de l'élaboration du règlement et de la définition des secteurs, il inscrit¹⁵ de son propre chef, mais avec l'accord du propriétaire des parcelles, les vignes propriété de cet encaveur¹⁶ au sein du zonage Grand cru, alors même que le négociant en question ne produit alors aucun Grand cru et se concentre sur des dénominations de domaine¹⁷. L'auteur de cette initiative volontariste considère qu'il s'agit d'une opportunité de valoriser l'appellation communale, qui pourrait éventuellement amorcer, chez l'encaveur concerné, une réorientation de stratégie

¹⁴ La commission pour la préparation du règlement Grand cru comptait quatre membres, deux vigneron-encaveurs et deux vignerons professionnels. Entretien avec le président de la commission.

¹⁵ C'est-à-dire qu'il en a fait la demande formelle, obtenue en commission, afin que les parcelles concernées soient intégrées dans les secteurs d'encépagement Grand cru.

¹⁶ Celui-ci contrôle cinq entreprises de négoce dans le canton à la suite d'opérations d'achats, et ses liens avec la commune passent par la possession de certaines parcelles, l'achat de raisins et des liens d'amitié avec quelques acteurs locaux, dont le principal meneur de la fondation L'homme et le vin.

¹⁷ Régies par l'art. 67 de l'OVV, il s'agit de dénominations qui constituent une possibilité alternative de différenciation avec la dénomination communale associée au Grand cru et qui entrent ainsi en concurrence avec elle si le raisin correspondant peut aussi porter la mention de Grand cru.

commerciale vers la production de Grand cru : «*ça serait un plus pour nous en image s'il vend 60 000 bouteilles de qualité avec le nom Chamoson*»¹⁸. Il illustre ainsi une vision centrée sur la promotion de la réputation de l'appellation associée aux valeurs de vin d'exception.

Cette initiative correspond à une approche que l'on peut qualifier de centrée sur la valorisation de l'image¹⁹. En favorisant de cette manière la production de valeurs de vin d'exception associée à la réputation de l'appellation, une valeur distribuée dans un large cercle d'usagers, cet acteur maintient le caractère relativement inclusif des droits d'accès à la ressource. La notoriété de l'appellation Chamoson auprès des consommateurs se répercute donc sur l'ensemble des acteurs usagers de l'appellation, qu'ils soient implantés ou non dans le périmètre de la commune.

Deux visions opposées

Le consensus qui finit par s'imposer durant la préparation du règlement Grand cru est marqué par des «anticipations» politiques et économiques de la part des commissaires²⁰. Ces anticipations consistent concrètement à retenir une appréciation plus souple de la qualité des zones ouvrant le droit au Grand cru pour des parcelles appartenant à certains acteurs politiques locaux, pas forcément producteurs de vin mais «*qui ont fait beaucoup pour la commune*»²¹, sans que ces derniers n'en fassent la demande ou n'aient à exercer directement leur pouvoir (en faisant pression auprès des commissaires par exemple). Ces anticipations ont également un fondement économique, outre les valeurs symboliques potentielles qu'elles accordent grâce à la participation à la production de Grand cru, dès lors que les parcelles Grand cru ont de bonnes chances d'acquérir une valeur foncière supplémentaire à moyen terme.

À titre d'illustration, le principal encaveur implanté sur la commune accueille favorablement l'arrivée du Grand cru, dans la mesure où cette distinction supplémentaire renforce la valorisation de la dénomination communale et lui permet de vendre plus cher. Toutefois, l'élément clé sur lequel s'appuie le Grand cru, à savoir la définition de secteurs d'encépagement, est regardé d'un œil moins bienveillant. Cet outil de régulation des droits d'usage des infrastructures renforce les conditions d'exploitation et les règles d'entretien de la ressource (DR2), dans le prolongement des secteurs d'encépagement prévus pour le vin AOC en général. Une telle restriction contrarie les acteurs qui cherchent, par exemple, à satisfaire au plus vite la demande d'un acheteur de vrac, comme le

¹⁸ Entretien avec le vigneron-encaveur à la base de cette initiative.

¹⁹ En suivant les termes utilisés durant l'entretien par le principal intéressé.

²⁰ Entretien avec le président de la commission ; entretien avec un vigneron-encaveur «dissident» (*i. e.* porteur de la vision concurrente discutée plus loin).

²¹ Selon la formule utilisée par un vigneron-encaveur.

rappelle le principal négociant de Chamoson : « *Les zones de plantation [c'est-à-dire les secteurs d'encépagement], ça commence à merder. C'est un peu gênant quand il vous faut tant d'un certain cépage et que les vigneronns que vous avez ne peuvent pas planter et ne peuvent proposer que tel ou tel cépage* ». ²²

Si l'intérêt pour la plus-value potentielle liée à la réputation de l'appellation est manifeste (ainsi les fameux 20 centimes supplémentaires par litre de vrac), la remarque de ce négociant exprime une perception des restrictions d'usage de la ressource (définies pour assurer l'entretien et la production des valeurs sensorielles principalement) comme une entrave excessive à l'usage de la réputation de l'appellation.

À l'opposé de cette vision « *centrée sur l'image* » s'en trouve une autre que l'on peut qualifier de « *centrée sur l'authenticité* » et qui forme avec celle-là le front de rivalités de la commission Grand cru. Comme indiqué plus haut, ces rivalités se retrouvent, à des degrés d'intensité différents, dans l'ensemble des relations entre les acteurs locaux

Lors de la rédaction du règlement, certains membres de la commission défendent ainsi une sélection plus stricte des secteurs d'encépagement ²³, fondée sur la base, notamment, des résultats d'études scientifiques menées au début des années 1990. Pour ces commissaires, il est crucial que le Grand cru ne puisse être produit que sur des zones dont la qualité supérieure peut être établie par des critères objectifs. Or, ces critères ne correspondent que rarement au découpage parcellaire et encore moins à la propriété foncière. Ce qui contrarie évidemment toute velléité de favoriser l'accès aux secteurs d'encépagement à des propriétaires en particulier.

Le compromis, finalement fixé dans le règlement homologué par le Conseil d'État, ne convient donc pas à une partie des vigneronns-encaveurs de la commune, partisans de la vision concurrente « *centrée sur l'authenticité* ». Ceux-ci utilisent ²⁴ dès lors une version antérieure du projet de règlement, plus détaillée et plus restrictive en ce qui concerne les zones Grand cru ²⁵.

Ce point mérite d'être souligné dans la mesure où les acteurs qui préfèrent suivre cette ancienne version, « *davantage technique* » comme ils la nomment, qui n'a pas été approuvée par la commission, et non « *celle pour les juristes* » (selon les termes du président de la commission), le font à rebours de toute rationalité économique utilitariste. En effet, sachant que le vin vendu sous le

²² Entretien avec le principal encaveur de la commune.

²³ Il convient de relever que ce clivage au sein de la commission ne recoupe pas le clivage de « famille » entre les commissaires vigneronns-encaveurs et les commissaires négociants.

²⁴ Malgré l'insistance de l'auteur auprès des producteurs interrogés, il a été impossible de connaître la proportion exacte de dissidents dans l'ensemble des (futurs) producteurs de Grand cru. Mais l'existence de cette « dissidence » est avérée, ce qui est l'essentiel pour la fiabilité de l'argument.

²⁵ Entretien avec le président de la commission. Si nous avons pu consulter le document antérieur en question, il a toutefois été impossible d'en obtenir un exemplaire.

label Grand cru correspond à un supplément de prix de 20 % environ²⁶, en refusant de vinifier et de commercialiser en Grand cru du raisin qui y aurait droit, issus de (leurs propres) parcelles, les producteurs en question renoncent à l'usage des valeurs vin d'exception et à une augmentation en conséquence de leur chiffre d'affaires. Convaincus que certaines de leurs propres parcelles ne sont pas qualitativement légitimes pour satisfaire leur vision du Grand cru, ces producteurs renoncent spontanément à une part de revenu. Ils privilégient de ce fait la production des valeurs sensorielles expression du terroir, arômes spécifiques, liées avec celles de vin d'exception.

Autonomie et autorégulation

En dehors même de la production de Grand cru, des producteurs s'imposent volontairement des restrictions, en suivant la même vision centrée sur l'authenticité. Certains vont parfois bien au-delà des pratiques qualitatives minimales exigées aussi bien par l'ordonnance cantonale que par le règlement Grand cru, essentiellement en ce qui concerne l'adéquation sol-cépage et la charge de raisins au m².

Pour certains vigneron-encaveurs, cette autorégulation correspond à une production qui fluctue autour de 400 g au m², alors que l'AOC autorise jusqu'à 1,4 kg/m² pour le chasselas. Globalement, on peut relever que pour plusieurs vigneron-encaveurs interrogés, leurs usages respectifs des constituants de la ressource sont très semblables et forment une vision commune de ce qui est juste et de ce qui ne l'est pas dans la manière de faire du vin²⁷.

Parmi les éléments mis en avant par plusieurs des vigneron-encaveurs qui s'inscrivent dans cette forme de régulation autonome vers la qualité, on retrouve notamment le « *trois fois 100 %* » dans la vinification (cépage, zone/parcelle de provenance et millésime), alors que la législation fédérale²⁸ et cantonale²⁹ autorisent respectivement 85 % comme seuil minimum. Ce triple 100 % s'impose comme une évidence selon certains, à la recherche de valeurs sensorielles d'expression du terroir et d'arômes spécifiques. Parmi ceux-ci, des producteurs s'attachent à produire au plus près de leurs terroirs, en faisant des cuvées de parcellaire (c'est-à-dire où une barrique de 225 l sert à la vinification d'une seule parcelle). Ce type de pratique élève singulièrement le degré de coordination entre le savoir-faire et l'usage des infrastructures. Plus

²⁶ Sur la base du cas de Fully.

²⁷ À la vue du matériel empirique issu des entretiens, il est difficile de ne pas penser aux travaux de Boltanski & Thévenot sur les différents « mondes » ou « cités » de la justification (Boltanski & Thévenot, 1991) pour rendre compte des valeurs communes que partagent ces producteurs. Voir l'Encadré 20 à ce sujet.

²⁸ Ordonnance du DFI du 23 novembre 2005 sur les boissons alcoolisées (RO 817.022.110).

²⁹ OVV.

généralement³⁰, la vision partagée par ces vigneron-encaveurs implique souvent de limiter le plus possible les interventions mécaniques sur le raisin et sur le vin, ainsi que les ajouts (enzymes activateurs de fermentation, sulfites, etc.), afin de respecter et de « *laisser parler la matière première* », de laisser faire le vin, qui sera différent d'un millésime à l'autre. Cette vision implique rarement un rejet des évolutions technologiques, mais bien davantage une utilisation ciblée de certaines innovations (le contrôle très fin du pressurage notamment, en puissance et en durée).

La question de l'autonomie et la possibilité de faire « *le vin que j'aime* » (une formule mainte fois entendue) s'opposent explicitement à l'alternative dominante à l'heure de la recherche, qui consiste en un impératif d'adaptation à l'évolution du goût et des attentes que le marché est supposé formuler spontanément (voir Roger, 2010). Cette autonomie, essentielle pour ces producteurs, suppose à la fois l'existence d'une clientèle disposée à acheter un tel vin et l'entretien de ses compétences³¹. Cette dernière caractéristique, la sécurisation de l'usage des valeurs symboliques de l'autonomie, constitue selon nous la clé de voûte des démarches poursuivies par chacun de ces vigneron-encaveurs, dans la mesure où elle est valorisée par les acteurs comme étant en opposition directe avec l'augmentation des pressions du marché en faveur de la production d'un certain type de vin, au profil de goût homogène et plus standardisé. Chacun de ces acteurs est conscient de s'inscrire en faux par rapport à cette dynamique générale – qui valorise les vins puissants, plus facile à boire, plus doux et souvent typiques d'une marque privée. Cette autonomie constitue un certain privilège, qu'ils cherchent à maintenir par-dessus tout. L'accent porté sur le maintien de la possibilité de « *faire du vin comme ils aiment* », qui se différencie éventuellement du style des vins de l'appellation, explique le difficile consensus en faveur du Grand cru ainsi que la fragmentation des structures institutionnelles de l'ARL.

Encadré 20. L'habitus d'une économie des grandeurs centrée sur la qualité

On peut se demander s'il est pertinent de considérer comme une règle collective informelle la vision que nous qualifierons d'orientée vers l'authenticité que partagent plusieurs producteurs et sur laquelle se fonde leur autorégulation, notamment parce qu'elle ne donne pas lieu à une coordination collective souhaitée explicitement. Étant donné qu'elle

³⁰ Le contenu de cette séquence qui relate la vision des acteurs que nous considérons « *centrée sur l'authenticité* » s'appuie sur plusieurs entretiens menés avec les vigneron-encaveurs en question (5 au total). D'autres entretiens menés à Fully ou ailleurs en Valais laissaient apparaître des préoccupations parfois très similaires.

³¹ « *Il faut driller la clientèle* », selon les termes employés par un vigneron-encaveur pour souligner le besoin de former les consommateurs.

occupe un rôle structurant dans l'arrangement relativement fragmenté qu'on observe à Chamoson, nous considérons qu'elle traduit davantage des règles « *apprises par corps* » (Bourdieu, 1980), soit l'évidence de l'*habitus* de certains producteurs, qui ne peuvent pas concevoir la production autrement que si elle aboutit à certains résultats bien tangibles pour eux – des valeurs sensorielles et symboliques –, résultats irréductibles au simple fait de produire du vin que des clients achètent. En ce sens, il s'agit indéniablement d'une économie des grandeurs axée vers l'authenticité, qui fait écho, en instituant une « grandeur » commune caractérisée par le terroir, au « *monde domestique* » identifié par Boltanski & Thévenot (1991). Cette forme de grandeur renvoie en effet à des références telles que la tradition, ou le devoir notamment (Boltanski & Thévenot, 1991, p. 206-222). Bien que cette référence à l'économie des grandeurs semble tomber sous le sens, la notion d'*habitus* nous paraît ici encore mieux adaptée pour rendre compte de l'évidence – partagée par plusieurs acteurs mais déclinée en une infinité de variations propres à chacun – de certaines pratiques dans le travail à la vigne et à la cave, qui ne relèvent pourtant pas d'une règle sociale. Chacun de ces acteurs cherche précisément à préserver son autonomie face à la potentielle instauration d'une règle, fût-elle informelle, qui impliquerait une certaine forme de sanction sociale en cas de transgression. Cette valeur symbolique de l'autonomie correspond ainsi à la possibilité pour chaque producteur qui la revendique de pouvoir opérer une articulation fine de la ressource, à l'échelle de son exploitation, en faisant la part belle à ses propres savoir-faire.

Le règlement Grand cru, du moins « *la version pour les juristes* », définit formellement l'articulation des constituants de la ressource par deux dimensions de régulation. La définition des critères qualitatifs et fonciers du Grand cru (degrés minimum, secteurs d'encépagement, etc.) alimente les règles d'appartenance (DR1) ainsi que les règles d'exploitation et d'entretien (DR2) de la ressource. Or, comme nous l'avons montré, le processus de définition de ces deux dimensions de régulation vise à les maintenir faiblement exclusives.

Cette permissivité des règles d'appartenance, et surtout d'entretien, se heurte à la vision de certains producteurs, qui accordent d'avantage d'importance à certaines valeurs sensorielles et symboliques plus spécifiques (expression du terroir et autonomie notamment). Ceux-ci étendent par le biais d'une autorégulation informelle et non coordonnée ces dimensions de régulation, en contournant les dispositions du Grand cru (utilisation d'une ancienne version du règlement) et en complétant celles de l'OVV et de la législation fédérale. L'élément le plus marquant dans cette démarche réside dans le fait que ces producteurs se privent eux-mêmes d'une partie des flux de revenus qu'ils pourraient obtenir de la ressource, dans le but de préserver la capacité de production de cette dernière en valeurs symboliques et sensorielles. Il convient en outre de souligner le caractère

non coordonné de cette démarche. Cela implique que les valeurs sensorielles, notamment l'expression des arômes spécifiques de certains cépages, ne vont pas tendre vers une ligne organoleptique unique au niveau de la commune³². En revanche, au niveau de l'ensemble de la ressource, la valeur sensorielle *d'expression du terroir* est renforcée par la diversité des pratiques des vigneron-encaveurs dont la vision est « *centrée sur l'authenticité* ».

12.3.2 Le caveau de Chamoson

Le caveau de Chamoson est une vitrine pour les vins de Chamoson. C'est du moins la première impression qui frappe le visiteur. Plusieurs étagères exposent une quantité impressionnante de bouteilles de l'appellation, des vins produits autant par les producteurs locaux que par des grandes maisons de négoce ou encore par la coopérative PROVINS. Cette image résume à elle seule le caractère (relativement) inclusif de l'arrangement de cette étude de cas. Le caveau y apporte une contribution discrète mais décisive, facilitant la construction de consensus, permettant d'alimenter l'action collective dans un contexte marqué par les rivalités entre acteurs.

Ce caveau, fondé en 1984, est une structure coopérative (au sens des articles 828 *sq.* CO). Contrairement aux quatre autres caveaux de la commune, qui appartiennent à des propriétaires privés, cette coopérative appartient à ses membres (par définition), principalement des producteurs locaux, et se donne pour but de : « [...] *faire connaître les vins produits, encavés ou vendus par ses membres* » (statuts, art. 2)³³.

Le statut de membre est réservé aux producteurs locaux³⁴ avec toutefois une exception expresse qui témoigne de l'ouverture sélective de l'accès à la ressource pour certains acteurs externes :

« Peut devenir membre de la société tout propriétaire – encaveur ou négociant en vin – domicilié à Chamoson. Il est fait exception pour les maisons suivantes qui acquièrent chaque année des quantités importantes de raisins et de vins à Chamoson : PROVINS, Orsat SA, Les Fils Maye SA. » (Statuts, art. 3)

Ces trois caves sont des acheteurs « historiques » de raisin de Chamoson. Leur participation apporte des ressources financières (parts sociales) supplémentaires à la coopérative et permet de disposer des « locomotives » pour l'assortiment, avec des vins largement connus et distribués, ce qui renforce la réputation de

³² Contrairement aux démarches collectives entreprises par le FGC pour la petite arvine par exemple.

³³ Statuts de la société coopérative « *Caveau de Chamoson, centre de dégustation de vin* », adoptés par l'assemblée constitutive le 2 mai 1984. Version adoptée par l'assemblée générale extraordinaire du 14 décembre 2009.

³⁴ Plus de 90 % des caves de la commune sont membres du Caveau.

l'appellation. Les prix des vins vendus par la coopérative sont fixés de façon homogène (entre les caves qui fournissent le caveau) pour les vins courants, soit 11 CHF pour le Fendant, 11 CHF pour le gamay et 12 CHF pour la dôle; le prix des autres vins reste en revanche libre. Une dégustation d'agrément à l'aveugle, assurée par un comité d'experts extérieurs à la commune, filtre les vins pouvant être mis en vente. Environ 20% des candidats sont refusés, mais l'objectif consiste à n'éliminer que les vins présentant des défauts manifestes. L'accès est le plus ouvert possible – et donc le seuil de valeurs sensorielles requises assez souple – afin de permettre la valorisation d'un grand nombre de vins des membres³⁵.

Diverses manifestations, destinées à un public ouvert, sont organisées par le caveau et contribuent à façonner les dispositions de réception des consommateurs, notamment des concours de dégustations à l'aveugle des vins de l'appellation.

Mais la principale fonction qu'occupe cette pièce institutionnelle de l'ARL est la production d'une valeur symbolique essentielle à la dynamique locale, en l'occurrence du lien social entre les producteurs de l'appellation. Nous avons relevé plus haut les clivages politiques qui opposent certains producteurs, des clivages qui se prolongent dans la vie sociale jusque dans la fréquentation des caveaux privés de la commune, associés chacun à l'une ou l'autre couleur politique. Or, la coopérative du caveau est bien le «*seul endroit public de la commune où les deux familles politiques mettent les pieds*»³⁶.

En tant que «terrain neutre», plus propice à la négociation d'une éventuelle action collective, le caveau a accueilli de nombreuses réunions des producteurs locaux en liens avec des projets collectifs au sein de l'appellation. Ainsi, en 2000, la quasi-totalité des représentants des caves de la commune se sont réunis pour discuter de la possibilité d'utiliser une bouteille identitaire, exclusive à Chamoson, afin de renforcer la différenciation. Le projet échoue alors à l'échelle de l'appellation, mais une dizaine de producteurs s'en saisissent et utilisent depuis la bouteille distinctive. Le lien social ainsi entretenu par cette structure coopérative et dépourvue de couleur politique contribue à la formation de consensus – encore très limité et fragile – entre les acteurs locaux, une ressource d'action qui fait encore largement défaut et dont le manque limite l'ampleur et le niveau de coordination de l'ARL. Depuis son agrandissement en 2004 et l'aménagement d'une œnothèque au design résolument moderne, la popularité du caveau et des événements qui y sont organisés renforce cet apport à la production de lien social entre les producteurs. En outre, elle contribue à lier entre elles les différentes pièces de l'ARL: le caveau collabore avec l'Association de valorisation du terroir de Chamoson (AVTC, voir *infra*). Dans le cadre de ces événements (manifestations culturelles ou de promotion de l'appellation),

³⁵ Entretien avec le président du Caveau.

³⁶ Entretien avec le président de la commission Grand cru.

le caveau constitue une institution supplémentaire qui favorise la participation des acteurs dans les dynamiques collectives à l'échelle de l'appellation et qui enjambe ainsi les inimitiés politiques.

Le caveau fournit plusieurs enseignements pour la compréhension de l'arrangement relativement à notre modèle d'analyse. Le premier est bien celui de la production de lien social, une valeur qui favorise, en retour, la formation de consensus entre les acteurs locaux ainsi que l'apaisement des rivalités. Ce statut de « convertisseur » – d'une valeur symbolique aujourd'hui en une ressource d'action demain – en fait une pièce importante pour le fonctionnement et, surtout, pour le développement de l'ARL. Le caveau contribue, ensuite, à la distribution élargie des valeurs de la ressource et institutionnalise ainsi l'ouverture de cette dernière à certaines caves extérieures, en leur accordant un statut de membre. Cette ouverture de l'accès se traduit par la définition dans l'ARL de règles d'appartenances (DR1) élargies à une liste fermée de trois acteurs extérieurs. En outre, en incluant des acteurs externes importants dans le cercle des usagers légitimes, le caveau permet une résolution par anticipation de certains conflits (DR3), qu'il s'agisse des rapports commerciaux entretenus par certains acteurs locaux (vignerons) avec ces encaveurs externes ou des possibilités de discussion qu'il favorise entre acteurs locaux. Cette ouverture des règles d'appartenance fait écho à celle du Grand cru et renforce la cohérence de ce projet inclusif mais sélectif.

En corollaire, le caveau ne prévoit pas de règles d'entretien et d'exploitation (DR2) additionnelles significatives (à l'exception de la dégustation d'agrément, des prix pour les vins courants et des parts sociales), notamment à destination des trois caves externes. On aurait pu imaginer qu'elles soient appelées à apporter une contribution spécifique à l'entretien de la ressource, notamment à la production de valeur symbolique réputation de l'appellation. En effet, les vins des caves externes distribués au caveau n'ont pas l'obligation de porter l'appellation Chamoson, encore moins de Grand cru Chamoson. La contribution de ces caves à l'entretien de la ressource se traduit ainsi essentiellement par l'achat de raisins locaux et l'apport de débouchés et de visibilité, pour autant que les vins commercialisés fassent usage de l'appellation communale pour se différencier. Ainsi, l'apport du caveau, en formalisant cette inclusion, témoigne de l'équilibre trouvé par l'ensemble des acteurs en termes de distribution des valeurs de la ressource.

12.3.3 L'association *Viti 2000*

En 1987 naît un projet novateur à l'initiative d'une nouvelle génération de vignerons-encaveurs installés à Chamoson, qui se distinguent de leurs prédécesseurs notamment par leur niveau de formation et leurs compétences techniques en œnologie. Il s'agit d'un projet unique en Valais (Zufferey-Périsset, 2009, p. 551) qui vise à diffuser les nouveaux savoir-faire et les

nouvelles techniques au sein de la filière, dans un contexte encore très marqué par le choc des deux récoltes excédentaires de 1982 et 1983 qui révèlent une faible préoccupation pour la qualité à l'échelle du canton. Ce projet consiste à revaloriser «scientifiquement» la profession: un des meneurs de l'arrangement rappelle qu'au sein des familles valaisannes, «*c'était souvent le plus idiot des enfants qui héritait des vignes*». Étant donné la forte proportion de vigneron non professionnels dans l'ensemble du vignoble valaisan, cette nouvelle élite de vigneron-encaveurs considère vital d'augmenter le niveau de professionnalisme des producteurs, au-delà du cercle des vigneron-encaveurs. Mais l'association *Viti 2000* est également l'expression de la minorité politique locale parmi les vigneron-encaveurs, dans une commune largement dominée par les démocrates-chrétiens au début des années 1980. La constitution de cette association incarne alors également une démarche de contestation politique des structures et des forces dominantes.

Encadré 21. Le travail pionnier de *Viti 2000* sur les savoir-faire locaux

Une réalisation d'ampleur concrétisée par l'association exprime à elle seule la palette des nouveaux outils permettant à la fois d'enrichir les connaissances relatives aux principales variables de production et de mieux contrôler les paramètres de la qualité, du raisin au vin. Il s'agit d'un vaste projet de recherche, l'étude *Viti 2000*, lancé en 1998 et mené avec le partenariat – indispensable – de l'école de viticulture et d'œnologie de Changins. Le fait que des vigneron-encaveurs engagés dans l'association travaillent alors aussi à l'école de Changins comme œnologues facilite la mise en œuvre de cette collaboration³⁷. Concrètement, l'étude mesure dans le détail la composition des sols (notamment en calcaire actif), leur faculté de drainage, de remontée capillaire, mais également, l'ensoleillement et les précipitations sur l'ensemble du vignoble de la commune. Parallèlement à ces relevés techniques, des questionnaires sont adressés à l'ensemble des producteurs (vigneron et vigneron-encaveurs) afin de documenter leur choix d'encépagement notamment. Enfin, plusieurs micro-vinifications sont menées (en pinot noir et en chasselas), issues de parcelles de terroirs différents, dans le but d'identifier le lien organoleptique (goût du vin) entre les qualités des sols analysés et celles des cépages. Plusieurs travaux de diplôme en viticulture et en œnologie résultent de cette étude. Sur le terrain de la commune, les résultats aboutissent à une cartographie fine du vignoble, distinguant cinq terroirs principaux (qualifiés de manière détaillée pour l'ensemble des critères mesurés) et définissant quatre niveaux d'adéquation entre le

³⁷ Entretien avec un vigneron-encaveur.

cépage et sa parcelle d'implantation³⁸. Les résultats de cette démarche très complète, inédite dans l'ensemble du vignoble suisse, sont diffusés auprès des vigneron et des vigneron-encaveurs de la commune, l'association s'efforçant de convaincre le plus grand nombre possible de producteurs de suivre les enseignements de l'étude³⁹.

Malgré le degré de précision et d'aboutissement des *outputs* de l'étude *Viti 2000* (voir Encadré 21), sa logique n'est pas promue dans d'autres communes viticoles par les autorités politico-administratives valaisannes (l'Office de la viticulture). Ce nouvel apport de savoir-faire finement articulé à l'usage des infrastructures (pour autant que les producteurs décident de s'en servir) semble alors se limiter au territoire de l'appellation et n'est pas repris dans les travaux qui alimentent la stratégie cantonale (voir le chapitre 10). Le rapport *Viti 2006* livré en 2000 ne mentionne pas explicitement l'étude *Viti 2000*, mais indique simplement que « *d'excellents travaux ont été faits en ce qui concerne les zones d'encépagement* » et qu'il convient de continuer dans cette ligne en « *délimitant, homologuant et mettant à jour les secteurs d'encépagement* » (Conseil d'État, 2000, p. 12-13), l'outil finalement prévu par l'ordonnance de 2004 (OVV). Le seul élément que la législation cantonale reprend de l'étude menée par *Viti 2000* à Chamoson consiste en la qualification des cépages en quatre catégories, selon leur niveau d'adéquation au secteur d'encépagement. Or, la définition des secteurs d'encépagement telle que la prévoit l'ordonnance est beaucoup plus souple que les critères scientifiques utilisés par l'association *Viti 2000*: « *Le choix des secteurs d'encépagement se fait sur une base locale très politisée* », comme le résume un ancien membre porteur de l'étude *Viti 2000*. Selon les principaux protagonistes de cette étude, leur démarche n'est pas reprise au niveau cantonal pour éviter des jalousies de la part d'autres communes, ou simplement pour épargner à l'administration d'avoir à faire face à l'opposition de producteurs qui refusent de se voir imposer « *ce que fait Chamoson* »⁴⁰.

Le décalage entre le niveau de connaissance et de maîtrise potentiel de la ressource locale et ce qui est fait au niveau cantonal s'amplifie en 2004, lorsque le canton du Valais mandate un laboratoire français pour effectuer ce qui deviendra « *l'étude des terroirs* » (Rapport Sigales, 2007). Cette étude des sols et du climat à l'échelle du Valais ignore les travaux de *Viti 2000* tout en reproduisant le même type d'analyse, ce qui contribue à la perception par les producteurs investis dans *Viti 2000* d'une indifférence de la part de l'État. Le fait que l'étude des sols terminée en 2007 ne soit pas prolongée par une étude

³⁸ L'ensemble des informations relatives à l'étude *Viti 2000* ont été recoupées sur la base d'entretiens menés avec quatre vigneron-encaveurs différents impliqués dans la jeune association *Viti 2000*.

³⁹ Les cartes produites à la suite de cette étude sont souvent affichées en évidence dans les caves de certains vigneron-encaveurs.

⁴⁰ Entretien avec des vigneron-encaveurs.

des cépages (c'est-à-dire de leur adéquation avec les sols)⁴¹ renforce ce sentiment. Le canton (et plus exactement l'ordonnance cantonale) reste ainsi dans une logique de définition communale « politisée » des secteurs d'encépagement. Cette valorisation en demi-teinte des résultats de l'étude explique en partie l'essoufflement de la première version de l'association *Viti 2000* et la perte d'intérêt de certains producteurs pour un investissement dans l'action collective en faveur de l'appellation.

Encadré 22. Les deux vies du projet d'identification des levures indigènes

Le cas d'un projet récent, visant à l'enrichissement des savoir-faire pour renforcer la production de valeurs sensorielles, illustre comment les ressources d'action peuvent s'épuiser ou s'avérer insuffisantes, en elles-mêmes ou combinées à d'autres ressources d'action. En 2011, un des anciens initiateurs de *Viti 2000*, vigneron-encaveur au profil très axé sur la recherche de qualité et sur une production de faible volume, également à la tête d'un laboratoire de conseil en œnologie, lance un projet de recherche. Celui-ci vise à identifier d'éventuelles levures indigènes propres au terroir de Chamoson et responsables (en partie) de l'expression du terroir dans le goût du vin de l'appellation. Cette concentration sur le rôle des levures dans l'expression du terroir s'inscrit pleinement dans le prolongement de l'étude *Viti 2000*, s'orientant vers une micro-sélection de la flore indigène pour renforcer et sécuriser la différenciation de la ressource et de ses valeurs sensorielles. Concrètement, ce producteur soumet un questionnaire aux vigneron-encaveurs de la commune pour sonder leurs usages et leurs attentes principales quant aux levures (capacité à transformer la totalité du sucre, à révéler les arômes d'un cépage, la minéralité d'un terroir, etc.), puis invite les intéressés et leur soumet un protocole de recherche détaillé⁴². Malgré l'intérêt manifesté par une dizaine de producteurs, le projet est abandonné: la HES-SO Valais, pressentie pour confier cette recherche et les analyses indispensables au projet à un étudiant se rétracte finalement. Quelque temps plus tard, un projet identique est lancé par les membres du FGC, réalisé par un étudiant de la même école. L'organisation collective de Fully apparaît avoir été plus efficace, donc mieux dotée en ressource

⁴¹ Contrairement au canton de Vaud par exemple, qui a procédé à la même analyse des terroirs viticoles, réalisée par le même laboratoire, et qui l'a complétée par une seconde étude (Agroscope Changins-Wädenswill ACW, 2011) visant précisément à connaître et à affiner l'adéquation sol-cépages. Or, comme nous l'avons montré dans le chapitre 7, là aussi, et malgré les fonds publics dépensés pour réaliser cette seconde étude, les résultats n'ont été que très partiellement repris dans la réglementation cantonale, pour les mêmes raisons « politiques » qu'en Valais.

⁴² Détaillé dans les documents, fournis par l'initiateur, du « projet biomasse 2012 », 5 p.

d'action, pour obtenir le soutien de cette institution de recherche, aux dépens de l'initiateur du projet, qui a indirectement (et bien malgré lui) contribué au développement de l'ARL de Fully et, potentiellement, à la différenciation de la ressource correspondante.

Malgré son essoufflement, la structure de l'association *Viti 2000* a été réactivée en 2011. Ses statuts ont été remodelés dans le but de fournir des ressources financières à ce qui apparaît comme la nouvelle colonne vertébrale de l'ARL actuel de Chamoson, la fondation L'homme et le vin.

12.3.4 La fondation L'homme et le vin

Créée en 2005, la fondation L'homme et le vin (ci-après la Fondation) réunit la majorité des producteurs de la commune (vignerons-encaveurs, négociants ou vignerons professionnels). Ses buts incluent la promotion des aspects culturels du vin, le soutien des jeunes désirant entreprendre une formation dans la filière ainsi que la communication et la promotion du vignoble et de l'appellation de Chamoson (pour une présentation détaillée de la Fondation, voir Laesslé, 2014).

Les membres sont officiellement membres de l'association *Viti 2000*, mais ils sont toutefois présentés en tant que tels sur le site de la Fondation⁴³. S'appuyant sur un montage institutionnel usuel dans le domaine de la culture en Suisse, la Fondation obtient ses ressources financières (environ 100 000 CHF/an) principalement par le biais des cotisations des membres d'une association de soutien : l'association des amis de la Fondation, en l'occurrence *Viti 2000* dont les statuts ont été modifiés pour correspondre à cette nouvelle mission. Les cotisations ainsi que les droits de participation sont modulés en fonction du type d'acteur (producteurs de vin, vignerons, soutiens, etc.).

L'une des trois entreprises de négoce membre de *Viti 2000* (et donc de la Fondation) n'est pas située sur la commune de Chamoson. Il s'agit d'une des trois caves extérieures qui sont membres du Caveau. En tant que membre, cette cave contribue financièrement à l'action collective locale, mais surtout, elle alimente la production de la réputation de l'appellation. De fait, les statuts de l'association *Viti 2000* prévoient que la qualité de membre peut être obtenue par « *tous les vignerons, les pépiniéristes, les propriétaires-encaveurs, les négociants en vin, les coopératives viticoles et les personnes indépendantes exerçant leur activité à Chamoson, ainsi qu'à toutes les entreprises vitivinicoles commercialisant l'appellation Chamoson* ». Il y a donc une exigence spécifique d'entretien de la ressource (DR2) qui s'adresse directement aux acteurs extérieurs à la commune⁴⁴.

⁴³ www.chamoson.com.

⁴⁴ Contrairement à la coopérative du Caveau qui ne le requiert pas.

Pour l'un des meneurs de l'arrangement, à l'origine de la création de la Fondation, le but recherché par cette construction est de réduire les structures démocratiques au minimum : le conseil de fondation peut prendre des décisions rapidement quant à l'affectation des ressources de la Fondation, contrairement aux tensions qui s'exprimaient ouvertement durant les assemblées générales de l'association *Viti 2000* et paralysaient l'action collective :

« Dans l'association tu brasses de l'air, les membres ne viennent qu'une fois par an gueuler sur le président, oublient de venir ou arrivent fin gelés et puis après ils vont se tirer des claques au caveau et ne se parlent plus pendant une année. C'était vraiment le village gaulois. »⁴⁵

Malgré sa large base, plusieurs vigneron-encaveurs de la commune refusent encore de participer à la Fondation. Des oppositions politiques, des mésententes entre personnes mais surtout des désaccords sur l'affectation des ressources financières dont dispose la Fondation en sont la cause. Celle-ci sponsorise ainsi le Rallye international du Valais, dans une optique promotionnelle visant à « faire découvrir les vins de Chamoson à un public plus large »⁴⁶, une manifestation motorisée qui ne fait pas l'unanimité. Ces désaccords opposent également les acteurs porteurs de visions antagonistes, l'une centrée « sur l'authenticité » et l'autre « sur l'image ». Ici encore, ce sont des vigneron-encaveurs qui refusent de participer à cette pièce de l'arrangement, alors que des plus grandes caves (négoce) y voient une contribution à la production de valeur symbolique de réputation de l'appellation.

L'idée générale à l'origine de l'organisation de l'ARL autour de la Fondation est celle du besoin de professionnalisation des structures institutionnelles, l'engagement bénévole des producteurs locaux devenant de plus en plus difficile à assurer et surtout de moins en moins efficace. Les ressources financières dont dispose la Fondation ont pu être converties en ressource humaine, grâce au recrutement d'un ancien directeur de la coopérative PROVINS, qui est désormais mandaté par la Fondation pour réaliser des projets de communication⁴⁷. Cette professionnalisation va de pair avec des objectifs d'action collective ajustés – et une distribution des valeurs considérée comme équilibrée – afin que les charges d'entretien de la ressource ne « coûtent » pas trop aux acteurs locaux en termes d'autonomie. Ainsi, les deux structures (*Viti 2000* et la Fondation) sont indissociables. Elles sont complétées par une dernière pièce qui consolide le fonctionnement de l'arrangement et souligne son caractère inclusif en l'ouvrant au-delà du périmètre corporatiste vitivinicole.

⁴⁵ Entretien avec le vice-président de la fondation.

⁴⁶ <http://www.chamoson.com/index.php/les-amis-de-la-fondation-2>. Le site a été altéré et la citation reproduite ici n'y figure plus. De plus amples informations sur la Fondation sont accessibles à : <http://www.petite-arvine.com/index.php/l-homme-et-le-vin>.

⁴⁷ Entretien avec le vice-président.

12.3.5 L'association pour la valorisation du terroir de Chamoson.

La Fondation concrétise la volonté d'un des meneurs de l'arrangement de faire face efficacement aux rivalités locales qui limitent l'action collective afin de développer la différenciation de la ressource. Le choix de la structure vise à libérer des entraves démocratiques la prise de décision concernant les projets de construction de la ressource, mais l'activité de la Fondation est contrebalancée dans l'ARL par une ultime pièce institutionnelle. Celle-ci a pour but d'élargir la concertation – et donc de favoriser la fabrication du consensus – au-delà du cadre corporatiste vitivinicole. Elle apporte un complément démocratique à la logique relativement autocratique de la Fondation. Il s'agit de l'association pour la valorisation du terroir de Chamoson (AVTC), fondée initialement en 1999⁴⁸. Cette association multicorporatiste a notamment pour objectif de « *créer des synergies entre les différentes branches économiques, culturelles et touristiques de la commune [...] par l'intermédiaire d'activités communes à concrétiser, à développer ou à améliorer* » (statuts, art. 3). Quatre groupes d'acteurs (associations ou corporations de droit public) ainsi que la commune sont membres de l'association. Il s'agit de la société de développement de Chamoson (habituellement en charge de la promotion économique dans les communes valaisannes), des Amis du village du livre (une société locale qui exploite une librairie et organise des événements dans ce cadre), du Groupement des artisans, commerçants et industriels de Chamoson et enfin de la Fondation.

Du point de vue des meneurs, l'enjeu essentiel au principe de la réactivation⁴⁹ de l'AVTC en 2005 consiste à réunir un maximum d'acteurs locaux « *autour de la table* », dans une structure qui a déjà fait la preuve de son efficacité, afin de forger du consensus et de parvenir à réaliser des projets sectoriels, tout en bénéficiant d'une mise en commun des ressources de chaque groupe.

Les quatre groupes d'acteurs de l'association partagent un bureau ainsi qu'un poste de secrétaire à plein-temps. Les ressources de l'AVTC proviennent quant à elles formellement des cotisations assurées par les membres, de leurs contributions ainsi que de dons ou de subventions éventuelles (statuts, art. 5). Les projets proposés par chaque groupe doivent être approuvés par l'ensemble des membres. Après discussion et approbation collective, le financement, attribué

⁴⁸ L'AVTC et son mode de financement ont été créés initialement avec des financements du programme de développement régional de la confédération RégioPlus en 1999. C'est autour de l'association du « *Village du livre* » qu'un financement de 600 000 CHF a été accordé par la Confédération, ce qui souligne la dimension culturelle à la base de cette structure institutionnelle, même si la finalité économique de la mise en valeur culturelle est ouvertement revendiquée par cette association dans sa demande au fonds RégioPlus (<http://regiosuisse.ch/village-du-livre-projet-regio-plus-1999-2003>).

⁴⁹ Statuts de l'AVTC du 1^{er} juillet 2005, modifiés en AG extraordinaire le 1^{er} avril 2011.

pour quatre ans, est assuré pour moitié par l'association, le reste provenant d'une subvention communale. Cette règle de parité dans le financement est informelle mais fonctionne systématiquement⁵⁰.

Sur le plan interne de l'organisation de la ressource, ces modalités d'approbation collective des projets et de répartition des charges de financement contribuent à la définition de règles d'exploitation et d'entretien de la ressource (DR2) ainsi qu'aux règles d'arbitrage (DR3).

D'une part, il s'agit d'un mécanisme de résolution *ex ante* des rivalités entre le groupe des producteurs vitivinicoles et ceux des autres secteurs économiques, qui sont en rivalité pour l'obtention de ressources d'action : le soutien politique (de la commune) et les moyens financiers qui, en l'occurrence, en découlent potentiellement. Du point de vue plus exclusif des acteurs de la Fondation, l'AVTC permet de créer du consensus avec les autres secteurs économiques locaux, indispensable pour obtenir les deux ressources d'action convoitées par l'ensemble des membres de l'AVTC (soutien politique et argent).

D'autre part, le mode de financement paritaire des projets entre l'AVTC et la commune (avec quelques sponsors externes selon les projets) répartit les charges d'entretien de la ressource, les mutualisant entre l'ensemble des acteurs économiques et des contribuables locaux. Enfin, l'association apporte également des ressources humaines (la secrétaire) et en infrastructure (les locaux) qui contribuent à la formation de l'ARL.

Sur le plan externe de l'organisation de la ressource, on peut relever que l'AVTC permet à la Fondation de réaliser des projets axés essentiellement sur les dispositions de réception des (futurs) consommateurs et, dans une moindre mesure, sur le savoir-faire de potentiels futurs producteurs. Un sentier didactique à travers les vignes de Chamoson («*du Cep à la Cime*») a été réalisé. Il est animé une fois par an au mois de juin par le biais d'une promenade ouverte au public et comportant plusieurs arrêts pour des dégustations de vin (notamment au caveau) ou des activités musicales. En mars, une «*fête de la taille*» est organisée à l'attention d'un public composé essentiellement de familles. En novembre, la Fondation organise également un événement avec des écoliers sur le thème de la vigne. Ces différents projets organisés par la Fondation, mais concrétisés à travers l'AVTC, s'adressent principalement aux jeunes, ou plus généralement à un public supposé peu au fait de la culture (au double sens du terme) de la vigne et du vin, d'où le caractère essentiellement culturel de ces manifestations. Le vice-président de la Fondation souligne l'imbrication de l'ancienne logique pionnière et «*technique*» de *Viti 2000* avec une approche désormais plus culturelle, toutes

⁵⁰ Entretien avec le vice-président de la Fondation ; entretien avec la secrétaire de l'AVTC.

deux centrées sur les dispositions de réception et sur la production de valeurs symboliques de réputation de l'appellation et de lien social :

« On a gardé le côté technique de Viti 2000, mais en ouvrant plus, les gens peuvent faire partie de la fondation, pour sensibiliser les jeunes à la vigne. Avant, on avait une connaissance familiale du vin, mais maintenant ce sont surtout des citoyens. On fait aussi des cours où les classes vont suivre l'évolution de la vigne. »⁵¹

Le fait que la Fondation se consacre essentiellement à des activités culturelles ou à l'œnotourisme⁵², comme le montrent les buts et les projets énumérés plus haut, tient à la volonté du meneur du projet (le vice-président de la Fondation) de dépasser les rivalités locales. Celui-ci souligne qu'en l'état actuel, il est par exemple impossible – le projet ayant été discuté – d'instaurer une charte définissant une certaine « ligne » de production du vin à Chamoson (portant sur les aspects de communication).

Or, par le biais de l'AVTC, la Fondation se concentre à dessein sur la production de valeurs symboliques (lien social principalement) accessibles à un plus large cercle de bénéficiaires (monde culturel notamment), portant au-delà de la corporation vitivinicole⁵³. Ce travail de régulation inclusif réalisé par la Fondation favorise la production de consensus et d'autres ressources d'actions (argent et soutien politique) qui ne sont autrement pas disponibles dans le seul secteur vitivinicole, afin de développer l'arrangement et de renforcer la différenciation de l'appellation.

Le dernier projet lancé par la Fondation est centré plus spécifiquement sur la promotion de l'appellation Chamoson, en s'inscrivant (finalement) dans la stratégie cantonale d'association des cépages aux appellations. Étant donné la réputation historique de la commune pour le johannisberg c'est bien évidemment ce cépage qui est censé incarner la différenciation « hybride » de l'appellation. À l'heure de la recherche de terrain, le projet vient d'être lancé et médiatisé (voir Encadré 23). Il est donc encore impossible de juger si le consensus favorisé par l'ARL, tel qu'il s'est construit jusqu'ici, va permettre de dépasser les rivalités locales et d'inscrire de manière pérenne cette ultime pièce institutionnelle dans l'arrangement.

⁵¹ Entretien avec le vice-président de la Fondation.

⁵² Selon la secrétaire de l'AVTC.

⁵³ Entretien avec le vice-président de la Fondation.

Encadré 23. Le conservatoire du johannisberg

Le projet du conservatoire du johannisberg vise à associer le cépage (vin typique) à la réputation de l'appellation. En 2011, une coalition de vigneron-encaveurs et de négociants de Chamoson⁵⁴ tente sans succès de déposer la marque «Johannis⁵⁵ de Chamoson». L'Institut fédéral de la propriété intellectuelle⁵⁶ refuse pour des raisons liées en partie à la trop grande proximité de la dénomination Johannis avec le prénom germanophone Johannes. Sans accès à un tel outil de propriété intellectuelle, les acteurs se tournent vers d'autres modalités pour le même objectif. Le projet, lancé officiellement au printemps 2013, prévoit de créer un «conservatoire» des meilleurs johannisberg de Chamoson, afin de pouvoir démontrer, après plusieurs années de garde, que le johannisberg de Chamoson est un «*grand vin de garde*»⁵⁷, et renforcer ainsi la production de valeurs de vin d'exception. Cela implique, pour les nombreux producteurs (vigneron-encaveurs et négociants) qui prennent part au projet de s'entendre dans un premier temps sur le profil organoleptique d'un johannisberg typique de Chamoson, donc de définir la référence des valeurs sensorielles arômes spécifiques, expression du terroir et sec/doux, qu'il sera légitime d'associer aux valeurs symboliques vin typique, vin d'exception et réputation de l'appellation. Pour l'heure, à titre d'exemple, les critères retenus par les porteurs du projet sont les suivants: «*Une note d'amande douce, grillée au nez, une certaine ampleur, de la richesse en bouche, un vin sec, avec du gras, du volume, avec une amertume typique en finale, positive*»⁵⁸. Une fois cette base acquise, les producteurs participants pourront déposer un certain nombre de bouteilles de johannisberg, sélectionnées pour la dégustation. Celles-ci seront ensuite dégustées tous les cinq ou dix ans afin de documenter l'évolution des vins et d'attester leur potentiel de garde. Autrement dit que le johannisberg tiré du terroir de Chamoson est digne des plus grands vins⁵⁹. Ce projet unique dans le canton fait écho à son équivalent national, l'association Mémoire des vins Suisses. Cette association à portée nationale et au succès croissant, fondée en 2004, entretient une collection de vins devant représenter à la fois l'expression de la typicité de leur région et avoir le potentiel de se développer pendant dix ans au moins⁶⁰.

⁵⁴ Entretien avec le président de la société des encaveurs de vin valaisans (SEVV).

⁵⁵ L'abréviation «Johannis» est très courante à Chamoson et en Valais pour désigner le cépage johannisberg et le vin correspondant.

⁵⁶ Entretien avec le vice-président de la FHV.

⁵⁷ Entretien avec le vice-président de la FHV.

⁵⁸ <http://www.canal9.ch>, émission d'information du 23 avril 2013.

⁵⁹ <http://www.canal9.ch>, émission d'information du 23 avril 2013.

⁶⁰ <http://www.mdvs.ch/>.

Tableau 12 Synthèse de l'ARL de Chamoson

Variable		Description
Indépendantes	Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Coalition fragile de vignerons-encaveurs (dont principal meneur), vignerons, négociants et acteurs culturels et économiques locaux. Souhaitent favoriser la différenciation de la ressource axée sur la production de réputation de l'appellation. Le contexte de rivalités fortes entre la production de valeurs symboliques réputation de l'appellation et autonomie et sensorielle d'expression du terroir oriente le travail de la coalition vers la production de valeurs symboliques qui font l'objet de moins de rivalités et peuvent être distribuées, pour certaines, à une palette d'acteurs plus larges: lien social, vin d'exception et vin typique. Cherchent également la production de flux de revenus pour un large cercle de bénéficiaires.
	Ressources d'action	Mobilisation des ressources humaines et organisation, pour leur nature « pacificatrice » (coopérative du caveau), ou qui ont fait la preuve de leur efficacité (AVTC) même si elles se sont épuisées depuis (<i>Viti 2000</i>). Construction d'une dotation en ressources consensus (dans secteur vitivinicole, mais aussi extra-corporatiste), droit, majorité et organisation (prise de décision au sein de la Fondation), soutien politique (de la municipalité), argent (<i>via</i> municipalité) et humaine (ancien directeur PROVINS et secrétaire AVTC).
	Créativité institutionnelle	Créativité institutionnelle des meneurs de la coalition par une stratégie incrémentale et d'inclusion sélective: inclusion d'acteurs externes (partenaires historiques) pour renforcer les débouchés et la masse critique d'action collective; inclusion extra-corporatiste au niveau communal. Combinaison incrémentale des pièces de l'ARL (Fondation, <i>Viti 2000</i> et AVTC essentiellement). Cette imbrication progressive de l'ARL permet de construire les ressources d'action nécessaires à l'action collective et au développement futur de l'ARL. Complément des règles cantonales par l'organisation locale incrémentale et inclusive (création de l'association <i>Viti 2000</i> , de la Fondation, réactivation de l'AVTC). Contournement léger de l'esprit des règles cantonales du Grand cru dans le choix des secteurs d'encépagement.

Variable		Description
Dépendantes	Dimensions de régulation	Définition de règles d'appartenance (DR1) relativement permissives et ciblées sur certaines caves externes (parcelles du Grand cru, appartenance au caveau, appartenance à la Fondation). Renforcement partiel des règles d'exploitation et d'entretien (DR2) avec les cotisations <i>via Viti 2000</i> , la professionnalisation (promotion) et mutualisation des charges à l'AVTC. Renforcement à la marge de l'ARL des règles d'exploitation et d'entretien (DR2) par l'autorégulation des acteurs dissidents centrés sur l'authenticité. Renforcement important des règles d'arbitrage (DR3) par la gouvernance collective dans l'AVTC qui compense (avec d'autres acteurs) la faiblesse démocratique de la Fondation.
	Constituants touchés	Accent quasiment unique sur les dispositions de réception des consommateurs (caveau, communication de la Fondation, événements culturels <i>via</i> AVTC). Articulé avec des règles d'usage des infrastructures maintenues permissives (pour le Grand cru) et peu d'impact sur les savoir-faire, contrairement à ce qu'ambitionnait le projet initial de <i>Viti 2000</i> . Coordination de trois composants («driller» les clients aux «vins qu'on aime», triple 100% et usages de résultats de l'étude <i>Viti 2000</i>) par l'autorégulation des acteurs dissidents centrés sur l'authenticité.

12.4 DISCUSSION DE L'ARL DE CHAMOSON

L'arrangement observé à Chamoson se caractérise par sa complexité (voir Tableau 12). L'agencement de ses principales structures institutionnelles (Grand cru, caveau, Fondation, *Viti 2000*, et AVTC) s'appuie sur une forte créativité visant à imbriquer au mieux ces pièces entre elles, autour de la Fondation. Cette dernière fonctionne comme lieu d'impulsion pour les projets devant contribuer à la différenciation de l'appellation, alors que l'AVTC permet de les concrétiser en canalisant les ressources d'action. Ainsi, chacune des structures peut être comprise comme le moyen le plus efficace et le plus approprié localement pour mobiliser et surtout créer les ressources d'action nécessaires à la construction et au développement de l'ARL et à la poursuite de l'action collective. Cette complexité de l'arrangement de Chamoson fait écho à l'importance que les vignerons-encaveurs locaux accordent à leur indépendance et qui limite l'élaboration de l'action collective.

De fait, c'est une coalition fragile qui permet à l'ARL de se former. Elle est entraînée essentiellement par un acteur meneur – un vigneron-encaveur impliqué autant dans les structures corporatistes⁶¹ que dans la politique

⁶¹ Ancien président des œnologues de Suisse et sollicité comme expert (essentiellement pour la dégustation) dans de nombreuses structures, y compris dans le canton de Vaud.

locale – porteur d'une vision volontariste pour un développement de la ressource axé sur la production de valeurs symboliques de réputation de l'appellation. Les rivalités locales, qui paralysent l'action collective depuis l'essoufflement du projet pionnier de *Viti 2000*, amènent les principaux acteurs de cette coalition à déplacer le jeu vers la production de valeurs plus largement partagées et à consolider l'ouverture de la ressource à des acteurs externes, respectant la logique des relations historiques entretenues entre les vigneron de la commune et certaines grandes caves valaisannes. Ce déplacement du jeu sur les valeurs de lien social, vin typique et vin d'exception, et le maintien d'une distribution large des flux de revenus permet à l'arrangement de se développer en surmontant les rivalités locales et la réticence de plusieurs vigneron-encaveurs à s'inscrire dans une action collective en faveur de l'appellation. Il contribue également à diluer les clivages politiques au profit d'une plus large adhésion des acteurs locaux.

Cette stratégie s'appuie sur une mobilisation efficace des (maigres) ressources d'action disponibles, constituées pour l'essentiel de la ressource organisation. Réactivée et dotée de nouveaux statuts, l'association *Viti 2000* permet de maintenir la contribution des membres non hostiles à une démarche commune pour l'appellation et ainsi de canaliser les ressources financières vers la Fondation. Le succès connu par l'AVTC dans un autre contexte (politique régionale) en fait une structure idéale d'organisation de l'action collective, à l'interface des différentes forces économiques, culturelles et politiques de la commune. Enfin, même si elle n'émane pas de la stratégie des meneurs, la coopérative du caveau apporte un cadre « pacificateur » complémentaire largement bienvenu et s'intègre naturellement dans l'organisation locale.

Ce premier mouvement de mobilisation des ressources disponibles permet, dans un second temps, d'apporter les ressources d'action nécessaires à l'élaboration plus avancée de l'arrangement. Par sa structure de gouvernance, la Fondation procure les ressources droit, organisation et majorité, qui facilitent la prise de décision sectorielle. Cet accent exécutif – par définition peu intéressé à la recherche de consensus – est complété par l'AVTC qui apporte du consensus et du soutien politique précisément parce qu'elle inclut des acteurs extérieurs au cadre corporatiste vitivinicole local. Enfin, c'est cette combinaison qui permet de drainer les ressources financières de la commune (avec un financement paritaire) et de doter l'arrangement de ressources humaines supplémentaires, notamment dans le domaine de la communication.

Cette stratégie incrémentale, qui s'appuie sur une inclusion sélective favorisant l'accès à la ressource aux partenaires historiques du négoce, forme le liant de l'arrangement et révèle la créativité institutionnelle des meneurs locaux. L'inclusion d'acteurs externes (définis) maintient les débouchés (et la production de flux de revenus); l'ouverture aux acteurs extra-sectoriels apporte quant à elle une masse critique pour des projets de promotion de l'appellation à l'échelle de la commune et permet d'anticiper les éventuelles oppositions. Cette combinaison permet ainsi aux rouages que forment les

trois pièces institutionnelles principales, la Fondation, l'AVTC et *Viti 2000*, de s'imbriquer et d'exercer un effet favorable sur l'action collective locale plus important que ne le ferait la simple somme des parties de l'arrangement. L'ARL qui émerge de cette créativité institutionnelle complète les règles cantonales par son organisation locale imbriquée et inclusive. Le contournement de l'esprit des règles relatives à la définition des secteurs d'encépagement du Grand cru reste modeste dans la mesure où l'ordonnance cantonale (OVV) prévoit que les communes sont compétentes pour définir les périmètres de production correspondants (art. 85, al. 2 let. b), ce qui laisse précisément ce genre de marge de manœuvre aux acteurs locaux.

En termes de dimension de régulation, l'ARL de Chamoson définit par les statuts du caveau, de la Fondation et durant l'élaboration du Grand cru des règles d'appartenance (DR1) relativement permissives, assurant une ouverture de la ressource ciblée sur certains caves extérieures à l'appellation. Les règles d'entretien et d'exploitation (DR2) restent modestes et se traduisent essentiellement par la mutualisation des charges supportées par l'AVTC, par la professionnalisation de la promotion et par les cotisations prélevées par *Viti 2000*. L'AVTC permet ainsi d'ancrer le travail de différenciation de la ressource dans les intérêts économiques et culturels plus généraux de la commune.

À la marge de l'ARL, l'autorégulation dont témoignent les vigneron-encaveurs dissidents et centrés sur l'authenticité apporte des règles informelles et tacites, mais étendues, concernant l'entretien et l'exploitation de la ressource. En revanche, le fonctionnement de l'AVTC contribue de façon significative à la définition de règles d'arbitrage étendues (DR3) qui permettent d'anticiper les oppositions et compensent l'absence (relative) d'arbitrage au sein de la Fondation. De cette dernière proviennent les impulsions sur l'orientation qu'il convient d'apporter à la différenciation de la ressource.

Dans le travail de régulation de l'usage des constituants de la ressource, il est frappant d'observer que l'ARL cible presque exclusivement les dispositions de réception des consommateurs, autant par les activités du caveau que par les manifestations de l'AVTC et la communication de la Fondation, centrées sur la dimension culturelle et les valeurs symboliques de vin typique et de réputation de l'appellation. Cette focale sur les dispositions de réception s'articule avec des prescriptions d'usage des infrastructures et des savoir-faire – essentiellement définies dans le règlement Grand cru – qui restent permissives et peu spécifiées par ailleurs. Cet aspect contraste singulièrement avec le travail d'articulation des trois composants de la ressource qu'opèrent, sous forme d'autorégulation spontanée, les vigneron-encaveurs centrés sur l'authenticité: ceux-ci revendiquent le fait d'éduquer leurs clients, pratiquent généralement un triple 100% (cépage, millésime, provenance) et mobilisent les savoir-faire pointus apportés par l'étude *Viti 2000*.

Cette étude de cas témoigne de la force des rapports politiques (au sens non exclusivement institutionnel, mais bien de relations de pouvoir locales

et régionales) dans le processus de définition de la ressource: la structure de l'arrangement – du choix du parcellaire pour le Grand cru au rôle de terrain politiquement neutre qu'assure la coopérative du caveau – reflète ces lignes de rivalités qui s'ajoutent à la recherche d'autonomie si chère à chacun des producteurs.

Le besoin d'équilibre entre le maintien de l'autonomie et l'action collective en faveur de la différenciation de la ressource apparaît ici de façon évidente. Selon les possibilités et limites du terrain local, les acteurs qui s'investissent dans l'arrangement travaillent à former un arrangement garantissant une distribution des valeurs de la ressource qui soit considérée comme la plus équilibrée possible par les usagers. Cela signifie notamment de ne pas priver excessivement les acteurs de la valeur symbolique autonomie/indépendance à laquelle ils aspirent, afin de produire suffisamment de consentement à l'action collective de la part des principaux contributeurs à la ressource. Il apparaît en l'occurrence que pour obtenir cet équilibre, le travail de régulation de l'ARL doit porter essentiellement sur les dispositions de réception des consommateurs.

TROISIÈME PARTIE

*« La Nouvelle-Zélande? Une absence totale de vie politique,
une société qui manque de complexité, des vins sans caractère. »*

(Federico, un migrant italien).

CHAPITRE 13

AOTEAROA – LA NOUVELLE-ZÉLANDE

Dans la troisième partie de cet ouvrage, nous allons ouvrir l'application du modèle d'analyse – construit et utilisé pour des appellations de vin en Suisse – à des cas du Nouveau Monde auxquels seront soumises les mêmes questions de recherche. Les enseignements que nous pourrions en tirer font partie intégrante de ce travail et seront inclus dans la discussion finale des résultats¹.

Cette partie de l'ouvrage s'articule selon une logique identique à celle retenue pour présenter les cas suisses². Les deux premiers chapitres apportent des éléments de contexte (géographiques et institutionnels), un éclaircissement relatif à la nature de la Nouvelle-Zélande comme pays producteur de vin représentatif du Nouveau Monde ainsi qu'une présentation de l'évolution des valeurs du vin dans ce pays. Les chapitres suivants se concentrent sur le niveau national, en exposant l'évolution du régime du vin néo-zélandais ainsi que l'arrangement de régulation national tel qu'il apparaît à partir du début des années 2000. Deux chapitres (20 et 21) détaillent les études de cas et les deux ARL du Marlborough et de Central Otago.

13.1 POURQUOI LA NOUVELLE-ZÉLANDE

«Most of the wine made in New Zealand [in the 1960s] would hardly qualify as such in French or other societies with long winemaking history.» (Howland, 2014, p. 9)

¹ Le texte des sections suivantes, dépourvu de renvois systématiques qui en alourdiraient la lecture, est tiré de l'analyse réalisée à l'issue de la recherche de terrain menée en Nouvelle-Zélande (Laesslé, 2016).

² Pour des raisons liées à la temporalité de la recherche empirique, ces études de cas ne sont pas intégrées de façon symétrique aux cas suisses dans le design de recherche imbriqué tel qu'il est présenté dans le chapitre 4. En revanche, cet apport s'inscrit pleinement dans la systématique de la réflexion proposée dans l'ouvrage (même méthodologie d'enquête et mêmes outils d'analyse).

Le Nouveau Monde du vin³ est généralement présenté par les acteurs de la viticulture, ainsi que par une partie importante de la littérature, comme antagoniste à celui du Vieux Continent, et donc de la Suisse, dans lequel la logique des AOC structure le régime du vin et les arrangements de régulation correspondants (voir Laesslé, 2014). C'est notamment le caractère industriel et l'esprit libéral (c'est-à-dire faiblement réglementé) de la production qui est fréquemment mis en avant comme caractéristique du Nouveau Monde (Hinnwinkler, 2010; Jennar, 2007). Même si l'on peut nuancer cette dichotomie caricaturale (voir chapitre suivant), celle-ci n'en a pas moins été déterminante dans le choix de ce pays, aux confins du Pacifique Sud, comme représentant des dynamiques du Nouveau Monde du vin.

Au sein des organisations internationales et plus particulièrement de l'OMC, la Nouvelle-Zélande fait partie depuis 1986 du « *Groupe de Cairns* »⁴, composé des pays exportateurs qui militent pour la libéralisation des échanges dans le domaine agricole. C'est principalement à ce groupe de pays que les représentants de l'agriculture suisse se sont opposés, défendant des positions antagonistes. La Nouvelle-Zélande fait en outre partie du World Wine Trading Group (WWTG) qui promeut une vision libérale de la production et du commerce vitivinicole, une organisation qui s'est construite en dissidence à l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV), dominée pendant de nombreuses décennies par une vision française de la définition du vin, restrictive et favorable aux AOC.

C'est ainsi essentiellement pour son caractère profondément libéral, opposé au droit de propriété intellectuel de type AOC (qu'elle a combattu dans le cadre de l'accord ADPIC⁵ à l'OMC), centré sur l'exportation et sur le développement sans entrave de la globalisation du marché du vin, que la Nouvelle-Zélande peut légitimement être considérée comme représentative des pays producteurs du Nouveau Monde. À cet aspect économique s'ajoute l'absence d'une culture historique du vin propre au pays, accentuée par le fait que la société « *kiwi* »⁶ entretient un rapport avec l'alcool fortement marqué par des préoccupations de santé publique. En revanche, certains points distinguent le pays des plus importants producteurs du Nouveau Monde (les États-Unis, l'Australie et l'Afrique du Sud notamment). La Nouvelle-Zélande partage, par ailleurs, certaines caractéristiques avec le vignoble suisse, telles qu'un climat tempéré et certains cépages qui s'y sont adaptés (le pinot noir notamment) ainsi que des coûts de production relativement élevés

³ Amériques, Océanie, Afrique du sud et, plus récemment la Chine.

⁴ https://www.wto.org/french/thewto_f/glossary_f/cairns_group_f.htm.

⁵ Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce.

⁶ Le terme de kiwi est le nom utilisé en Océanie pour désigner les habitants de la Nouvelle-Zélande, et est également utilisé comme synonyme de Néo-Zélandais, autant comme substantif que comme adjectif.

(en perspective internationale!), bien qu'ils demeurent largement inférieurs à ceux de la Suisse.

Toutefois, au-delà du jeu des différences, un point a particulièrement retenu notre attention au moment de la sélection : les dynamiques de développement totalement antagonistes que la Suisse et la Nouvelle-Zélande ont respectivement emprunté depuis la fin des années 1980, période qui correspond au début du périmètre temporel de nos études de cas en Suisse et durant laquelle la viticulture néo-zélandaise était encore dans une phase « *d'enfance* » (Overton & Murray, 2014a, p. 26).

De 40 millions de litres produits en 1990 (sur 4 800 ha) la Nouvelle-Zélande est passée à 320 millions de litres (pour 35 000 ha) en 2014 (NZW⁷, 1990, 2014). Durant la même période, la production Suisse a, elle, décliné : de 130 millions de litres à 90 millions environ (OFAG, 2014), alors que la surface plantée se maintenait autour de 15 000 ha. En outre, entre 1990 et 2012, la part exportée de la production de vin de la Nouvelle-Zélande est passée de 7 % à 91 %, alors qu'en Suisse le taux restait entre 1 % et 2 % (OFAG, 2014).

Durant la même période, et une fois de plus à l'opposé de la Suisse, le vignoble néo-zélandais s'est concentré dans une région et sur un cépage : le sauvignon blanc, produit dans la région du Marlborough. En 1990 encore, le Marlborough se répartissait en revanche à parts à peu près égales la totalité de la production de Nouvelle-Zélande avec deux autres régions (Overton & Murray, 2014a, p. 26).

Cette dynamique très rapide, associée au développement de la ressource ainsi que son caractère si divergent de celui du vignoble suisse nous ont convaincus que ce terrain se révélerait fertile pour l'étude des modalités et des raisons des arrangements institutionnels adoptés sur place.

13.2 GÉOGRAPHIE

Aotearoa, le pays du long nuage blanc, en langue maori, la Nouvelle-Zélande depuis sa colonisation, comprend deux îles principales, qui s'étendent sur un axe nord-est/sud-ouest, sur environ 1 600 km, entre les 29° et 53° de latitude sud. L'île du sud est caractérisée par un relief en partie alpin à l'ouest (sa chaîne de montagnes – les *Southern Alps* – culmine à plus de 3 700 m) et une zone de plaine à l'est. L'île du nord, au climat plus tempéré, voire subtropical dans sa partie nord, et au relief plus doux se distingue par son activité volcanique.

⁷ NZW est l'acronyme de New Zealand Wine Growers, l'interprofession nationale de la vigne et du vin.

13.3 COLONISATION

Particulièrement isolées au sud de l’océan Pacifique, ces terres n’ont été atteintes que tardivement par les populations polynésiennes, aux alentours du XI^e siècle, qui a marqué le début de l’implantation et du développement de la culture maori.

La Nouvelle-Zélande est une des plus jeunes colonies de peuplement de l’Empire britannique. Ses côtes avaient été observées par les Européens pour la première fois au milieu du XVII^e siècle, par le navigateur hollandais Abel Tasman (1642). Ce n’est qu’à la suite du passage de James Cook, à la fin du XVIII^e, qu’elle est devenue formellement l’objet de la colonisation britannique (Swaffield & Brower, 2009, p. 163). Au début du XIX^e siècle, la population de *pakeha* (les migrants européens) s’élève à quelques centaines d’âmes : chasseurs de baleines anglais ou norvégiens, marchands, missionnaires et autres vendeurs d’armes à feu. Armes que les Maoris, qui sont alors plusieurs dizaines de milliers, découvrent avec l’espoir de s’imposer dans les multiples guerres de clans. Les premières villes côtières sont marquées par la prostitution, l’ivresse et la violence. De passage dans l’une d’elles, le naturaliste Charles Darwin décrit alors la population de *pakeha* comme les « *pires déchets de la société* »⁸.

Les relations entre l’Empire britannique et les Maoris – qui entre-temps ont été décimés (plus de 10 000 morts selon les estimations) par un usage immodéré des armes à feu entre clans rivaux – sont stabilisées en 1840 par le traité de Waitangi (Constitution néo-zélandaise) qui introduit notamment le gouvernement représentatif britannique et des institutions décisives telles que la propriété privée du sol (Swaffield & Brower, 2009, p. 163).

La Nouvelle-Zélande est aujourd’hui une monarchie constitutionnelle, membre du Commonwealth of Nations et qui compte un peu plus de 4 millions d’habitants. La souveraine britannique est à la tête de cet État centralisé, organisé autour d’un système de gouvernement parlementaire.

C’est un État unitaire et les 16 régions constituent le niveau local de gouvernement, 11 d’entre elles étant gouvernées par des conseils régionaux et 5 par des conseils de district qui ont les mêmes compétences que les conseils régionaux (il s’agit en l’occurrence de grandes villes, comme Auckland). Les 11 régions non urbaines abritent une soixantaine de districts, considérés comme des autorités dites territoriales, qui ont des compétences locales (entretien des routes, distribution d’eau, collecte des déchets, eaux usées, planification urbaine, etc.). Les compétences des régions portent essentiellement sur la planification d’usage et la protection des ressources naturelles⁹ (protection et allocation

⁸ <http://www.nzhistory.net.nz/charles-darwin-leaves-nz-noting-that-it-is-not-a-pleasant-place>.

⁹ Via le Resource management Act, 1991.

Figure 18 Carte de la Nouvelle-Zélande



Source: CartoGIS, College of Asia and the Pacific, The Australian National University (copyright Creative Commons).

des eaux, du sol, qualité de l'air, aménagement, etc.)¹⁰, et leurs frontières suivent généralement celles des bassins-versants du pays. Ces deux niveaux d'unités territoriales (régions ou districts) servent parfois de base au périmètre des indications géographiques (IG) du pays. Le découpage des unités de gouvernement local et la définition de leurs compétences respectives sont fixés par le *Local Government Act* de 2002¹¹.

13.4 EMPIRE OF GRASS ET GLOBALISATION

Depuis la fin du XIX^e siècle, l'agriculture occupe une place majeure en Nouvelle-Zélande. Parmi les industries d'exportation, elle apporte une contribution substantielle à l'«*Empire of Grass*» ou «*l'empire de l'herbe*» qui a alimenté le développement industriel et urbain de la métropole et de l'Europe (Brooking & Pawson, 2002, cités par Swaffield & Brower, 2009, p. 165).

Avec l'entrée du Royaume-Uni dans le marché commun européen en 1973, les débouchés agricoles se détériorent cependant, et des subventions massives permettent de soutenir l'agriculture kiwi pendant une dizaine d'années. Durant les années 1980, le pays entre dans une phase de réformes néo-libérales massives (Grundy & Gleeson, 1996), tellement inédite au plan international que les observateurs la qualifient de «*New Zealand Experience*» (Dalziel, 2002). Libéralisation, privatisation, dérégulation – ou plus exactement «*re-régulation*» dans le domaine du vin (Barker, Lewis & Moran, 2001) –, réformes de «*new public management*» et ouverture à la globalisation en constituent les principaux traits :

«First, agriculture was deregulated, and production and environmental subsidies were removed. Second, the state sector was restructured and many parts privatized. The emerging notion of multiple use land management was rejected, and a bimodal zoning policy for public land adopted, separating resource development from conservation (Wilson & Memon, 2005). Third, local government was reformed into a two tier system based upon an economic “New Public Management” model, based heavily in public choice theory [...]. Finally, environmental planning legislation was overhauled, and fragmented regulatory regimes replaced by a single piece of legislation, The Resource Management Act 1991, as an overriding purpose of sustainable management of natural and physical resources [...]. The reforms were particularly significant in opening the New Zealand political economy to the full forces of globalisation at a time when the current wave of “second modernity” (Beck, 2000) was gathering momentum.

¹⁰ Local government New Zealand: <http://www.lgnz.co.nz/home/nzs-local-government/local-government-basics/>.

¹¹ *Local Government Act*, 2002, Public Act N° 84, Date of assent 24 December 2002. Reprint as at 26 March 2015.

[...] *The entire agricultural sector underwent restructuring, diversification and intensification.* » (Swaffield & Brower, 2009, p. 165)

C'est dans ce contexte politico-économique très libéral, si caractéristique du Nouveau Monde du vin que se développe, à une vitesse phénoménale, la culture de la vigne et du vin en Nouvelle-Zélande.

CHAPITRE 14

LES DEUX MONDES

OU LA NOUVELLE GÉOGRAPHIE DU VIN

« *Wine making is really quite a simple business. Only the first 200 years are difficult* », citation attribuée au baron de Rothschild, ou à la baronne, on ne sait plus trop (Spratt, Feldman, Pritchett, 2012, p. 6; *The Economist*, December 1999).

Parmi les grandes lignes de force qui structurent le monde du vin, la plus importante est certainement celle de l'opposition entre le Nouveau Monde et le Vieux Continent, ou « *Old World vs New World* ». Cette dichotomie est évoquée de façon quasiment systématique durant les entretiens, aussi bien par les acteurs du Vieux Continent que par ceux du Nouveau Monde. Dans son sens chronologique, cette opposition¹ renvoie aux pays producteurs d'Europe et du bassin méditerranéen et à leurs successeurs issus des colonies européennes (Robinson, 1994, cité dans Barker, 2004, p. 77).

S'il existe bien des différences et des similitudes d'ordre général entre les deux, Barker souligne que le stéréotype de l'opposition des mondes repose sur une erreur majeure :

« *EU wine countries for example are just as deeply implicated in new learning and technologies as non-european wine countries [...]. [...] Even the appeal to tradition that is so important to the image of the Old world can itself be seen as a modern development.* » (2004, p. 78)

Il s'agit bien d'une opposition construite, qui renvoie surtout à des conceptions sociales différentes du rapport au vin et à des intérêts politiques

¹ Dichotomie par ailleurs inexacte au regard de la complexité des modes de production et de marketing dans la géographie du vin et qui ne tient pas compte du rôle de plus en plus structurant des pays émergents, de la Chine notamment, dans le secteur. Voir Banks & Overton (2010).

et économiques concurrents. Et la représentation de ces divergences s'est consolidée avec l'essor du commerce international du vin, puis ancrée dans les principales institutions qui ont encadré le développement de ce dernier.

Nous rejoignons Barker qui ramène à deux axes d'antagonismes principaux l'opposition des deux mondes du vin (2004, p. 79-81), deux dimensions que l'on retrouve fréquemment dans la littérature (Jennar, 2007; Schirmer, 2010; Salomon, 2005). L'une oppose la législation vitivinicole permissive du Nouveau Monde au caractère très prescriptif et à la densité normative de celle du Vieux Continent. L'autre est celle qui associe le vin à la sphère des produits agricoles en Europe et à une conception industrielle (vins standardisés, référence aux cépages et à des marques, mais pas à des lieux de production) dans le Nouveau Monde. Si cette distinction passe à côté des enjeux posés par l'agriculture industrielle, pratiquée autant ici que là, elle souligne à juste titre le lien politique qui est établi en Europe – et en Suisse – entre le vin, le patrimoine et des pratiques culturelles, notamment par le biais du caractère multifonctionnel reconnu à l'agriculture. Un lien qui n'existe pas en Nouvelle-Zélande qui a refusé d'adopter dans sa législation la notion de multifonctionnalité dans le domaine agricole, alors qu'elle se développait en Europe (Swaffield & Brower, 2009).

La globalisation de l'industrie du vin a cependant apporté des modifications transversales aux « deux mondes » : la notion de qualité est notamment devenue un puissant outil d'intégration de l'industrie et un dénominateur commun *mainstream* : « *a concept that emphasises differentiation and locality rather than industrialisation and commodification* » (Barker, 2004, p. 82). Barker montre ainsi que la nouvelle géographie globale du vin qui s'est formée durant la seconde moitié du xx^e siècle a été structurée autour du développement du commerce du vin et de notions de qualité du vin (2004, p. 81).

Les rivalités réelles qui animent les institutions internationales ayant trait à la production et, surtout, au commerce du vin ont largement contribué à la popularisation des oppositions idéologiques entre les deux mondes du vin.

L'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV) est fondée en 1924, principalement pour faire face aux pratiques de fraudes et d'adultération du vin que provoque l'expansion du phylloxéra. C'est une organisation intergouvernementale dont les buts initiaux (notamment la promotion des appellations d'origine et leur protection, la promotion de l'authenticité et de la pureté des vins, la lutte contre la fraude, etc.) sont fortement associés aux pays producteurs européens – et à leur vision – qui étaient également jusqu'à récemment les principaux acteurs du commerce mondial de vin, menés par la France. Elle est composée de 46 États membres². L'OIV a largement contribué à promouvoir la distinction entre vins « agricoles » et « industriels », traduisant

² <http://www.oiv.int/fr/lorganisation-internationale-de-la-vigne-et-du-vin/etats-membres-et-observateurs>.

l'emprise de la vision européenne et surtout française. Ces objectifs ont été maintenus et complétés dans un accord renouvelé en 2001.

L'OIV, avec sa vision, est venue prolonger et détailler dans le secteur du vin les principes – notamment ceux relatifs aux indications géographiques – déjà couverts en partie par diverses conventions antérieures relatives à la propriété industrielle: conventions de Paris en 1883, Madrid en 1891, et enfin Lisbonne en 1958 (Barker, 2004, p. 85-90).

La création de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) par la signature des Accords de Marrakech en 1994 a modifié profondément les principes de la régulation internationale, notamment en mettant un terme à l'hégémonie européenne, même si celle-ci a pu obtenir l'introduction d'un de ses outils majeurs, les Indications géographiques ou IG³, dans les accords sur la propriété intellectuelle (TRIPS). Comme le résume Barker :

« The formation of the WTO coincided with the emergence of non-European countries as significant wine exporters. It marked a decisive change in the international regulation of the wine industry, creating a new regulatory context within which trade contests could be fought. The WTO changed the geography of these contests because they require national laws to be justified against international standards and agreements that are supposedly neutral and scientific. [...] Certain regulatory concepts are given international significance, notably the highly localised concept of the geographical indication. » (2004, p. 117)

On peut rapidement relever ici deux axes de changement issus de l'OMC sur lesquels se sont cristallisées les oppositions entre les pays européens et leurs plus récents concurrents: d'une part, la régulation des pratiques œnologiques et de nouveaux accords portant sur les pesticides et sur les entraves techniques au commerce⁴ et, d'autre part, les IG.

Outre leur contenu substantiel, ces deux accords (pesticides et entraves techniques au commerce) ont un impact institutionnel majeur, renforçant le rôle régulateur de standards internationaux, et soulèvent, par conséquent, l'enjeu (du contrôle) des institutions chargées de fixer ces standards. L'OIV se voit alors mise en concurrence avec la commission du *Codex Alimentarius* (qui relève de l'Organisation mondiale de la santé, OMS) ou encore l'International Standardisation Organisation (ISO). Dans la définition des standards s'ajoute un enjeu lié à la mise en œuvre des contrôles: dans les domaines de sécurité alimentaire couverts par les accords sanitaires et sur les entraves techniques au commerce, le *Codex Alimentarius* encourage par exemple le recours à des procédures d'audit néo-libérales, de type HACCP⁵,

³ Indications géographiques. Les AOC constituent la forme la plus restrictive – lire exigeante – d'IG.

⁴ Accord sur les mesures sanitaires; accord sur les entraves techniques au commerce.

⁵ HACCP: Hazard Analysis Critical Control Point.

pratiquées en Nouvelle-Zélande, un système qui remet la responsabilité du contrôle entre les mains de l'industrie elle-même (Hataway 1999, cité dans Barker, 2004, p. 103). Cette large place faite aux standards représente une menace pour les tenants (européens) d'une vision plus restrictive en matière de pratiques œnologiques admises.

En revanche, c'est à travers la reconnaissance des IG que les pays européens sont parvenus à compenser, d'une certaine manière, la perte de pouvoir liée à la standardisation engendrée par les accords de l'OMC. Or, c'est justement pour lutter contre la persistance d'exigences contraignantes au sein de l'Union européenne, considérées discriminatoires par les pays non européens, et pour disposer d'un forum concurrent lui faisant contrepoids dans les institutions internationales, que s'est formé en 1995, sous l'impulsion des États-Unis⁶, le World Wine Trading Group (WWTG)⁷. Celui-ci a néanmoins abouti, en 2001, à un accord de reconnaissance mutuelle des pratiques œnologiques entre ses membres. Le WWTG symbolise la défense d'un cadre de régulation international très libéral, rompant avec les rapports de force associés à l'OIV, et dont les conditions ont été instaurées par les accords de l'OMC.

L'ancrage institutionnel international de la Nouvelle-Zélande se stabilise ainsi dès les années 1990. Premièrement avec l'adhésion, *a priori* «*contre-nature*» à l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV) en 1994. Puis, en 1998, *via* une alliance bien plus en phase avec la vision vitivinicole du pays, la Nouvelle-Zélande rejoint également ses alliés du «*groupe de Cairns*» au sein du WWTG⁸, grand rival de l'OIV.

Quand bien même le pays s'est opposé à la reconnaissance des indications géographiques (IG) comme droit de propriété intellectuelle dans le cadre des accords correspondants (TRIPS) signés à Marrakech, la Nouvelle-Zélande a depuis (et très récemment) largement fait évoluer sa position : au début de 2015, les pouvoirs publics ont finalement plié devant l'insistance des organisations professionnelles en acceptant de promulguer une ordonnance (*Regulation*) permettant de mettre en œuvre la protection des IG du pays⁹, longtemps restée lettre morte dans le cadre d'une loi sans ordonnance d'application depuis 1994.

⁶ Qui ont quitté l'OIV en 2001.

⁷ Qui se définit comme «*an informal grouping of industry representatives from wine producing countries around the world*» qui cherche à développer «*a successful, competitive and growing global wine industry, characterized by social responsibility, sustainability and focus on consumer interests, operating in a climate free of trade-distorting factors*» (<http://www.wwtg-gmccv.org/p/achievements.html#S2>).

⁸ <http://www.wwtg-gmccv.org/p/participants.html>.

⁹ Communiqué de presse, NZW, 31 mars 2015.

Encadré 24. Le palais peu pertinent du chercheur en administration publique

S'il n'y a pas deux mondes du vin, y a-t-il – au moins – deux types de goûts différents, deux goûts des géographies du vin? La question des valeurs sensorielles est centrale mais toujours éminemment subjective, comme cet ouvrage le montre. La modeste expérience de l'auteur s'agissant de la dégustation dans «*l'autre monde*» l'a laissé dans l'ensemble peu intéressé par les vins «*kiwis*», surtout par les rouges. Cette expérience subjective ne constitue évidemment en rien une appréciation professionnelle des typologies sensorielles des vins de ce pays, et bien sûr encore moins une appréciation de la qualité de vin de Nouvelle-Zélande! En Central Otago et durant les dégustations de la Pinot Celebration, la déception était fréquente avec des vins (parfois de luxe) paraissant lourds, chauds (à forte teneur en alcool), très concentrés (couleur, arômes de fruits rouges) mais un peu courts, avec des tannins lisses et parfois un manque d'acidité. Les exceptions étaient constituées par des vins plus légers et délicats en bouche, ou plus terreux, avec une texture plus marquée, vivants et se développant particulièrement longtemps en bouche pour certains vins naturels. Ces vins, apparaissant dégager davantage de complexité, étaient généralement réalisés par des *winemakers* d'origine ou d'inspiration européenne et non californienne, ces derniers faisant plus facilement des «*bombes de fruit*» comme c'est admis localement. «*C'est parce que tu as un palais habitué aux vins français*», nous a déclaré sur le ton de l'évidence une *winemaker* d'origine française, dont on appréciait particulièrement le style des pinots, pour expliquer cette appréciation subjective.

Il y a donc bien des styles différents, et surtout des socialisations du palais différentes. Howard (2014) rapporte que, lors du dîner de clôture de la manifestation Pinot Noir New Zealand (l'équivalent national de la Pinot Celebration de Central Otago) en 2014, une caisse de «*bons vins français*», apportée par un *winemaker* local, avait été dissimulée sous la table VIP, pour le plaisir de ses convives (2014, p. 176). À la Pinot Celebration en revanche, des bouteilles du monde entier, apportées par les convives, étaient partagées ouvertement et les participants encouragés à partager leurs vins préférés.

L'industrie du vin néo-zélandaise, centrée sur l'exportation, a intérêt à ce que les palais du monde lui soient bien (pré)disposés, ce qui commence par un positionnement favorable sur le marché des valeurs symboliques. Et elle le sait, comme la suite de cet ouvrage en fera la démonstration.

CHAPITRE 15

ÉVOLUTION HISTORIQUE DES VALEURS DU VIN EN NOUVELLE-ZÉLANDE

Sur la base de douze mois de recherche en Nouvelle-Zélande, nous considérons que, d'un point de vue général, le développement de la viticulture doit y être compris comme résultant de l'expression d'une entreprise de capitalisme industriel et libéral. Cette dynamique est, selon nous, consubstantielle au développement du pays. Elle a été puissamment renforcée par le programme extensif de réformes néo-libérales mis en œuvre de façon assez brutale durant les années 1980, avec un effet dramatique sur l'emploi et le niveau de pauvreté notamment (Dalziel, 2002), dont les stigmates sont parfois bien visibles dans de nombreux secteurs de la société néo-zélandaise.

D'un point de vue plus détaillé concernant la ressource, c'est cependant une dynamique complexe et porteuse de tendances parfois contradictoires qui se dégage, comme nous allons le voir dans ce chapitre :

- 1) La recherche de profit, un des principaux ressorts qui animent les colons et les entreprises du secteur des boissons alcoolisées.
- 2) Le romantisme initial porté par certains pionniers et les aspirations vers des vins de qualité (l'idéal des vins fins de Bordeaux alors, comme l'idéal des grands crus bourguignons maintenant).
- 3) Un rapport difficile à l'alcool : les colons boivent pour s'enivrer, le goût a peu d'importance et la société réagit en se mobilisant (les femmes essentiellement) pour la prohibition.
- 4) À ces tendances historiques s'ajoutent des dynamiques récentes plus fines, mais pas moins contradictoires (vins haut de gamme, vins de masse, « *low calories wines* », durabilité de la viticulture, objectifs de croissance élevés, etc.).

15.1 SAVOIR-FAIRE EUROPÉENS ET VINS FORTIFIÉS

Dès les premiers vins, et même si les savoir-faire viennent d'Europe, les valeurs sensorielles et symboliques tirées du vin kiwi sont bien distinctes des vins fins européens. Durant de nombreuses décennies, elles correspondent à des vins fortifiés, peu complexes et plus faciles à produire.

Le premier cep de vigne est planté en 1819, sur l'île du nord, par un colon anglais (Howland, 2014, p. 5). C'est à un explorateur français que l'on doit la première trace et critique d'un vin néo-zélandais, en 1840. Celui-ci rapporte qu'on lui servit alors « *a light, white wine, very sparkling, and delicious to taste* » (cité dans Stewart, 2010, p. 33). Ce vin de terroir, dégusté sur la colonie d'un certain Busby – figure de l'utopiste passionné par la civilisation du vin et venu chercher outre-mer le mythe d'une idylle rurale chère au romantisme britannique – ne correspond cependant pas aux premiers vins qui apparaissent dès 1863. (Stewart, 2010, p. 39). De fait, le premier vignoble commercial, celui de la famille Levet, bien implantée à Auckland, produit essentiellement des vins fortifiés, au goût des colons britanniques :

« Rather than explore or advance local notions of terroir and fine wine production, the Levets purposefully made wines in a manner that profitably met the demand of predominantly British-born and descended settlers who favoured “sweet, strong, sun-scorched flavours” (Stewart, 2010, p. 88). Many also perceived of fine wine as a “class” drink, although elite settlers typically favoured imported Port and Sherry. » (Howland, 2014, p. 5-7)

Le vignoble rudimentaire et hétéroclite de la famille se prête peu à des vins fins :

« None [of the varieties] was especially suited to fine wine production, but colonial New Zealand was not especially demanding on matters of wine quality [...]. Early New Zealand was not so much leading edge as it was frontier, and compromise in the name of commerce demanded creativity of those who considered a future in making wine [...]. There was little consideration of vineyard conditions and understanding of wine appears to have been rudimentary. If it was good enough to sell at profit, it was good enough. » (Stewart, 2010, p. 85-86)

À côté de paysans pour qui le vin constituait une source de revenus supplémentaires, les premiers producteurs (et commerçants) de vin apparaissent dès la fin du XIX^e siècle. Parmi eux se trouvent surtout des émigrés allemands ou croates.

Les vins qu'ils produisent à Auckland sont cependant d'un tout autre style que ceux de leur pays d'origine : « *Although [they] shared a background of German wine culture, British taste for strong wine worked against their establishing an antipodean Rheinland producing light, fragrant, tables wines* » (Stewart, 2010, p. 89).

15.2 CULTURE DU VIN OU DESCENTE VERTICALE

Dès la fin du XIX^e siècle, la ressource nationale se construit sur des dispositions de réception pour le vin pour le moins limitées et vise des valeurs sensorielles et symboliques relativement antagonistes. L'apport des missionnaires maristes, durant la deuxième moitié du XIX^e siècle contribue – ironiquement – de manière substantielle à la dédramatisation du vin. Ils l'associent à des valeurs symboliques positives en le présentant comme une composante incontournable de leur pratique religieuse et comme un marqueur culturel :

« [Through the Marists' communities] *the idea that wine is representative of place and people has become a key component of New Zealand wine making culture, which now sees itself as a serious producer of high quality wines – wines that reflect their origin with the same certainty as those of France, Germany, Italy and Spain. In their quiet, unassuming way, the Marists gave New Zealand the gift of vinous identity, as under their guidance wine shifted from being exotic and European to being local and oceanic.* » (Stewart, 2010, p. 78-79) « [...] *As a Christian movement, the Marists not only largely escaped the wrath of temperance movements but delivered a direct message to Catholic New Zealand, and a more subtle one to the rest of the community – that wine was okay.* » (Stewart, 2010, p. 151)

En outre, l'idéal culturel du vin cher au romantisme de certains colons a aussi contribué à alimenter l'ensemble du développement de la viticulture, de ses premiers millésimes jusqu'aux plus récentes transformations. Cet idéal correspond selon Stewart, « [to] *the oldest tradition in New Zealand's wine culture* » (Stewart, 2010, p. 61) :

« *Deeply lodged in wine's ethic is the romantic opinion that wine is an original beverage, nature's bounty, God's milk. Even in the beer-and-whisky-blessed rural Albion myths that fed New Zealand's early settlers their notion of recovering [...] a new Pacific Britain – wine was the chosen a drink, a status that had persisted into the twenty-first century. This is how [...] wine re-emerged as an emblem of the new sophisticates who imagined a richer culture for New Zealand in the 1930s, 1940s and 1950s.* » (Stewart, 2010, p. 38-39)

L'émergence des *wineries* « *lifestyle* »¹ dès la fin des années 1980 incarne parfaitement la poursuite de cet idéal romantique (Stewart, 2010, p. 61) et traduit la sédimentation progressive des valeurs symboliques du vin dans la société néo-zélandaise. Dans les faits toutefois, de la fin du XIX^e au début du XX^e siècle, seule une très faible minorité de producteurs réalise des vins de qualité.

La grande majorité préfère s'en tenir à des vins adultérés et fortifiés, bon marché. Les premiers producteurs de vin font ainsi face à une nette préférence pour la bière et le profit : « [...] *Taking on wine production in a culture dominated*

¹ Que l'on pourrait qualifier de « *bourgeois-bohème* » en français.

by quick profits and binge drinking required an alternative approach, beyond the urge to seek one's fortune at the furthest edge of the world». (Stewart, 2010, p. 55)

Les premiers kiwis se distinguent par leur propension à la « *descente verticale* » (ou « *binge drinking culture* »), notamment dans des établissements où une bière insipide est servie à l'aide d'un grand pistolet semblable à celui d'une pompe à essence (Howland, 2014, p. 9-10, Stewart, 2010, p. 182).

Si les valeurs symboliques des vins fins (les *clarets* de type bordelais) plaisaient à l'aristocratie anglaise, la vaste majorité de la classe moyenne des colons de la fin du XIX^e est surtout sensible à la bière et aux spiritueux, sinon à des vins forts et sucrés. Une tendance lourde, qui va dominer les aspirations romantiques durant un siècle environ, sans que ni les savoir-faire de production, ni l'usage des infrastructures ne doivent s'affiner pour correspondre aux dispositions de réception très limitées des consommateurs :

« In fact, producing wine, often from "green" or unripe grapes, from varieties unsuitable for producing quality table wines, and liberally adulterated with sugar and water and/or fortified with spirits, dominated the wine industry in New Zealand until the 1970s. [...] Most of the wine made in New Zealand at this time would hardly qualify as such in French or other societies with long winemaking history. » (Howland, 2014, p. 9)

De fait, le directeur d'une des principales caves du pays indique, désabusé, que la culture du « *binge drinking* » est toujours d'actualité et que les dispositions de réception des consommateurs se résument essentiellement au prix. Il considère que les consommateurs de deux des principaux marchés des vins néo-zélandais, l'Angleterre et la Nouvelle-Zélande, ne différencient pas les vins (« *undifferentiating markets* ») et ne se préoccupent que du prix : « *It is all about price* ».

15.3 TEMPÉRANCE ET QUALITÉ

En tant que boisson alcoolisée, le vin est la cible de dispositions négatives vis-à-vis de l'alcool (santé et ordre publics) dès le début de la colonisation, en réaction aux troubles liés à l'enivrement excessif des colons.

Le mouvement de la tempérance (*temperance*) qui a fleuri sur le parvis des églises dès le début du XIX^e siècle en Angleterre s'est développé avec succès durant la fin du siècle en Nouvelle-Zélande. À leur apogée, au début du XX^e siècle, les acteurs de la tempérance freinent sérieusement le développement de la jeune industrie du vin par leurs appels à la prohibition². Le vignoble perd plus de la

² Le plus grand succès du mouvement de tempérance sera l'introduction en 1908 d'une loi octroyant aux districts la compétence de décider d'être « *secs* », c'est-à-dire de refuser l'allocation de licences de débit d'alcool (Howard, 2014, p. 9). Le mouvement échoue toutefois lors de référendums proposant l'introduction de la prohibition en 1917, puis en 1919 (www.nzhistory.net.nz/politics/temperance-movement/beginnings).

moitié de sa surface entre 1909 et 1923, et la santé des vignes restantes décline de manière dramatique: «*For the first decade of the twentieth century, the wine industry was in serious decline as “apathy in high places and the rise of prohibition had proved too much for the nascent industry”*». (Howland, 2014, p. 12)

Cette disposition négative vis-à-vis de l'alcool a entravé le développement du secteur (voir *infra*) et s'inscrit encore de façon très visible dans l'espace public (interdiction de consommer de l'alcool dans la rue, signalisation inscrite au pochoir sur le bitume). Il apparaît toutefois que le puissant élan de tempérance n'est pas parvenu à mettre un terme au «*get drunk ethos*» et à la propension des kiwis à la descente verticale.

Certains dirigeants de grandes caves soulignent que ce rapport «*compliqué*» à l'alcool constitue une caractéristique culturelle durable, qui explique la stagnation de la consommation de vin par habitant dans le pays et apporte un argument supplémentaire à la stratégie d'exportation dominante.

CHAPITRE 16

LE RÉGIME DU VIN DE 1873 À 2002

16.1 COMMON LAW ET INDUSTRIE NAISSANTE

Le système légal de la Nouvelle-Zélande appartient à la famille de la *common law* britannique, à l'opposé du système constitutionnel suisse. La loi néo-zélandaise puise dans deux sources distinctes. La première est celle de la législation et la seconde celle des principes et des institutions légales développées par les tribunaux au fil de la jurisprudence.

Contrairement au régime des AOC viticoles existant en France ou en Suisse – ou plus généralement à celui des IG défini au niveau européen –, l'industrie du vin en Nouvelle-Zélande ne fait pas l'objet d'une législation propre ou aussi étendue, comme le relève l'un de ses plus attentifs observateurs :

« *The legal geography of the New Zealand wine industry is not enshrined in an explicit and comprehensive body of wine-specific legislation as it is in France.* » (Barker, 2004, p. 232)

Celui-ci souligne cependant que l'évolution de l'industrie s'est en bonne partie construite et articulée avec des éléments législatifs et autour de ceux-ci, notamment pour consolider son accès aux marchés étrangers. Par ailleurs, le régime libéral très souple qui prévaut actuellement – favorable à la filière – s'est accompagné d'une forte autorégulation qui est centrée notamment sur la notion de qualité :

« [...] *While the geography of the wine industry is not enshrined in law, it is still dependent upon law in a number of important ways. These include the support of industry organisation, the validation of the image of New Zealand wine, and the facilitation of international trade in wine. The central argument [...] is that while law has influenced the [...] industry in many ways, the action of individual participants and industry organisations have clearly been the most decisive factor. This is not the story of a political powerful sector that has influenced its own comprehensive body of legislation, as in France. It is the story of a relatively small*

industry that has had to play upon its prestige and export earning potential to court legislative attention, but has ultimately benefited from a choice of more flexible regulatory structures. The consequence of this has not been an inexorable race toward some "industrial" low point, as Old World proponents might have it. On the contrary, quality standards have been progressively raised as the industry has become more and more implicated in, and influenced by, globalising processes of change.» (Barker, 2004, p. 232-233)

Or, avant que les standards de qualité soient développés (voir le régime actuel), le régime du vin vise surtout à en limiter la consommation.

16.2 UN RÉGIME QUI ATROPHIE LA RESSOURCE

La première loi qui fonde le régime du vin en Nouvelle-Zélande instaure, à l'échelle nationale, un système de licence pour la vente d'alcool, formulé dès 1873. Ce dispositif est issu d'une logique de régulation diffusée depuis la capitale de l'Empire britannique. Il est centré sur la distribution des produits alcoolisés (soit l'aval de la filière) et révèle la perception du problème public auquel la politique du vin a pour but de répondre. Une perception à laquelle le mouvement de la tempérance a largement contribué : « *The liquor licence remained essentially a means of maintaining social order by controlling the access of the working class to alcoholic beverages* ». (Barker, 2004, p. 235)

Le système de licence contraint doublement le développement de la ressource. Il fait passer les produits de cette dernière dans un goulet d'étranglement qui réduit de façon substantielle les possibilités de vente. Parallèlement, il a pour effet de favoriser certains grands acteurs industriels issus du monde de la bière (ainsi le groupe australo-néo-zélandais Lion) qui possèdent les points de vente physiques – hôtels notamment – et, par ricochet, certaines valeurs sensorielles, peu compatibles avec celles liées aux vins fins. Cette convergence de facteurs explique pourquoi le développement de vins de qualité est relativement ignoré durant la majorité du xx^e siècle.

À l'origine de ce régime sélectif et restrictif, on trouve une majorité d'acteurs disposant de ressources d'action (soutien politique, infrastructure, consensus, puis droit) qui s'opposent à toutes formes de valeurs associées à la ressource. Grands brasseurs, propriétaires d'hôtels et acteurs de la tempérance produisent, dans les faits, un régime qui aboutit à la fermeture quasi totale de l'accès à la ressource que forme le « *vin de Nouvelle-Zélande* ». Le régime maintient la ressource dans une forme particulièrement atrophiée, qui ne produit que peu de valeurs symboliques ou surtout des valeurs négatives associées à l'alcool ; des valeurs sensorielles très limitées (vin de soif ou, puissant pour les fortifiés), et des valeurs monétaires (revenus de la distribution) qui sont essentiellement captées par les détenteurs de licence, souvent issus du monde de la bière.

16.3 LE RÉGIME DES LICENCES DEPUIS 1881

Le cœur du régime durant le xx^e siècle porte la trace du mouvement de la tempérance et de ses visées prohibitionnistes. Il entre en vigueur avec le *Licensing Act* de 1881¹.

Pour contrôler et limiter la consommation d'alcool, des comités locaux (*licensing committee*) sont élus sur la base des collectivités territoriales existantes (*boroughs, wards, ou counties*) et allouent des licences pour la vente de boissons alcoolisées selon des procédures particulièrement strictes. C'est notamment par le biais de ces comités que les multiples mouvements locaux de la tempérance parviennent à exercer une puissante influence sur la vente d'alcool. Depuis son entrée en vigueur en 1881, le *Licensing Act* est resté formellement le fondement de l'intervention publique dans l'industrie du vin jusqu'en 1989, mais ses vestiges sont toujours en partie visibles dans le régime actuel (Barker, 2004, p. 236).

Encadré 25. Réguler l'usage des infrastructures : impact sur les dispositions de réception

La logique du système des licences, autant dans la formulation du problème public que dans les hypothèses d'intervention qu'elle adopte, diverge radicalement du régime du vin qui se met en place en Suisse durant les années 1950. Ce dernier est centré sur le contrôle du sol pour la production d'un vin de qualité, par le biais de l'instrument particulièrement contraignant et sélectif (*i. e.* source d'exclusion) du cadastre viticole.

En Nouvelle-Zélande, la construction de la ressource au niveau national est entravée très tôt par une restriction forte des possibilités de développement des dispositions de réception des consommateurs. Cette restriction est rendue possible grâce notamment à la mobilisation puissante des acteurs favorables à la prohibition (et cela, même si ceux-ci visent principalement la consommation de liqueurs et de spiritueux et non celle de vins fins). À l'inverse, en Suisse, la restriction à l'expansion de la ressource qu'opère le cadastre favorise les dispositions de réception pour des vins de qualité.

Le *Licensing Act* de 1881 est complété en 1893 par le *Alcoholic Licence Sales Control Act*. Ce dernier renforce le caractère restrictif du système des licences en associant leur existence aux élections locales (*districts*) et en rendant les licences plus précaires et leur distribution plus rare : le renouvellement ou l'attribution

¹ Licensing Act 1881, 45 VICT 1881 N° 21, Disponible à : http://www.nzlii.org/nz/legis/hist_act/la188145v1881n21181/.

de nouvelle(s) licence(s) est soumis à l'obtention d'une majorité de 60% des votants, et de nouvelles licences ne peuvent être émises que si la population a crû d'au moins 25% dans le district, sans dépasser le ratio maximum d'une licence pour 700 habitants. Réciproquement, les districts ont désormais la possibilité de se déclarer « *secs* », en refusant l'attribution de licence. Les districts « *secs* » se situent en zones périurbaines, alors que les licences se concentrent en ville, où les grandes brasseries de bière (*breweries*) sont puissamment implantées et détiennent de nombreux points de vente (notamment des hôtels) (Barker, 2004, p. 240).

La loi contraint fortement la distribution de détail du vin (et ainsi, par ricochet, l'ensemble du développement de l'industrie) de deux manières distinctes : premièrement, par l'allocation d'un nombre limité de licences ; deuxièmement, par la mise en concurrence systématique des acteurs du vin, sur une base locale, autant avec le milieu prohibitionniste qu'avec l'industrie de la bière (Barker, 2004, p. 236).

À cette sélectivité portant sur le nombre d'acteurs-usagers de la ressource, le système des licences ajoute une sélectivité en termes de volume : les licences sont obligatoires pour toute vente de vin inférieure à 2 gallons (9 litres), dans le but de compliquer la consommation. Conjuguées, ces deux formes de restriction signifient dans la pratique que la grande majorité des producteurs de vin ne peut écouler que des volumes supérieurs à 2 gallons. Or, seuls les grossistes ou les hôtels détenteurs de licences sont acheteurs de tels volumes, ce qui accentue la position de force des grandes brasseries face aux producteurs de vin (Barker, 2004, p. 237).

Parallèlement, toutefois, les pouvoirs publics prennent certaines mesures en faveur de l'essor de l'industrie. Elles portent notamment sur le développement des savoir-faire et la connaissance du potentiel viticole national (l'expert viticole australien Bragato est mandaté en 1895 et produit un rapport très enthousiaste sur le potentiel du pays ; un vignoble expérimental est ensuite créé sur l'île du nord). Ces initiatives, paradoxales dans un contexte hostile à la consommation d'alcool, s'expliquent par l'intérêt du département de l'agriculture à trouver des moyens permettant de valoriser des terres peu productives (Barker, 2004, p. 240).

Les conclusions positives de Bragato (certainement formulées un siècle trop tôt) ou encore la mobilisation des migrants et des premiers vigneron dalmates qui soutiennent une législation contre l'adultération des vins restent sans effet. Durant la première moitié du xx^e siècle, l'industrie des produits alcoolisés est dominée par la bière et les vins fortifiés ou de mauvaise qualité et s'attire peu d'honneurs. En 1919, le pays échappe de peu à l'introduction de la prohibition à l'échelle nationale : alors que la victoire des prohibitionnistes semble assurée, le vote des 40 000 soldats encore en mer fait finalement pencher le scrutin en faveur du *statu quo*. Les partisans de la prohibition ne recueillent que 49,7% lors d'un ultime scrutin organisé à la fin de l'année. Par la suite, le succès très

mitigé de l'épisode prohibitionniste américain contribue à l'affaiblissement continu du mouvement en Nouvelle-Zélande².

Malgré cela, la tempérance et les aspirations prohibitionnistes ont fortement structuré l'espace institutionnel de l'industrie du vin et cela, pour plusieurs décennies. Barker souligne ainsi que la période de 1920 à 1957 est celle de l'ascendance des brasseries, au détriment du développement du vin (de qualité) :

« The legal framework put in place by the prohibition movement suited the interests of the large breweries very well. They continued to consolidate their empires through the “tying” or direct ownership of the legally limited pool of liquor outlets. » (2004, p. 243)

L'emprise des brasseries, les obstacles à la distribution de vin ainsi que la présence de virus, l'arrivée du phylloxéra (même relativement limité) et l'usage corollaire de vignes hybrides ou américaines se traduisent par le maintien des habitudes du siècle précédent : permettant de masquer à peu de frais les défauts d'une matière première de piètre qualité, les vins fortifiés bon marché fleurissent, et avec eux les pratiques d'adultération (ajout d'eau, de colorants, d'arômes ou d'édulcorant). La mise en œuvre très lacunaire de mesures en faveur de la qualité, liées à l'adoption en 1924 d'une définition similaire à la définition « française » ou européenne du vin³ n'exerce malheureusement que peu d'effet sur la qualité du vin néo-zélandais (Barker, 2004, p. 244). En outre, les importations de vins australiens sont facilitées dès l'après-seconde guerre, engageant les producteurs néo-zélandais dans une course au profit qui affaiblit encore la qualité des vins kiwis (Barker, 2004, p. 245).

La première moitié du xx^e siècle voit également une clarification des positions au sein de la filière qui va marquer l'industrie jusqu'à aujourd'hui. À la fin de la guerre, et faisant suite à des désaccords récurrents, les grandes caves quittent la Viticultural Association of New Zealand (créée en 1926 et ayant concentré, en vain, sa mobilisation en faveur de l'abandon du seuil de vente de 2 gallons) pour créer leur propre organisation, le New Zealand Wine Council : *« This division between small family farms and large companies [...] was extremely important in shaping the development of the New Zealand wine industry »* (Barker, 2004, p. 246). La division des caves selon trois catégories de taille dans l'organisation actuelle en témoigne encore.

² <http://www.nzhistory.net.nz/politics/temperance-movement/voting-for-prohibition>.

³ C'est-à-dire d'une définition traditionnelle par opposition à une conception plus industrielle et moins restrictive. En l'occurrence, la définition du vin amendée en 1924 dans le *Sale of Food and Drugs Act* of 1908 indique : *« Wine is the product solely of the alcoholic fermentation of the juice or must of fresh grapes »*. (Barker, 2004, p. 244)

16.4 CONSOLIDATION DE LA FILIÈRE ET ASSOULISSEMENT DES LICENCES

Ce n'est qu'au tournant des années 1950 que le système des licences commence à s'éroder. L'abandon du seuil des 2 gallons en 1956, obtenu à la suite de la mobilisation opiniâtre des petits producteurs, par le biais de la Viticultural Association of New Zealand, constitue une première rupture majeure (Barker, 2004, p. 248).

Conjugué à l'arrivée de nouvelles technologies et savoir-faire, l'assouplissement des contraintes législatives favorise la croissance rapide du secteur durant les années 1960, notamment sur l'île du nord qui voit se développer la production de raisin sous contrat (*contract grape growing*)⁴.

La création du Wine Institute of New Zealand (WINZ) en 1975 annonce une nouvelle période d'essor de l'industrie, après plusieurs décennies de tensions et de tentatives infructueuses pour réunir les deux organisations (caves et producteurs de raisin). Le *Wine Maker's Levy Act* of 1976 jette les bases législatives de cette première organisation faitière, en lui attribuant la compétence de prélever des cotisations obligatoires auprès de chaque producteur de vin détenteur de licence (Barker, 2004, p. 251).

Les années 1970 voient le développement fulgurant de la région du Marlborough, à l'initiative de l'entreprise Montana (voir *infra* l'étude de cas du Marlborough). Cette période correspond également à l'emprise croissante des grandes entreprises alimentées par du capital étranger. En termes de dispositions de réception, la société kiwi s'ouvre et évolue vers des dispositions favorables au vin, portées par un intérêt plus marqué des médias et le développement des cépages aromatiques, au détriment progressif des vins fortifiés.

L'assouplissement du régime des licences et donc des contraintes sur la distribution de la ressource est bien visible avec l'introduction des licences pour restaurants «*BYO*» (pour «*Bring your own*», *i. e.* «*apportez votre propre bouteille*») dès 1976, qui correspond à un nouveau phénomène culturel (Barker, 2004, p. 250-251).

16.5 AU PAS DE MARCHÉ VERS LES VINS DE CÉPAGE ET L'EXPORTATION

Ce n'est pourtant qu'au tournant des années 1980 que les principes moteurs du succès de l'arrangement national actuel se mettent en place: abandon des vins fortifiés, accent sur les vins de cépages et entrée sur le marché international. Parallèlement, plusieurs mesures législatives en faveur de (l'image de) la qualité

⁴ Ce qui construit la différenciation des rôles dans la filière entre les producteurs (*grape growers*) et les encaveurs (*wineries*).

des vins kiwis, deviennent enfin effectives, notamment par l'interdiction de l'usage de moût concentré importé mélangé à de l'eau (Barker, 2004, p. 252).

Les perspectives à l'exportation se précisent, notamment pour les vins de cépages, et le gouvernement s'engage dans des discussions avec la communauté européenne pour y faciliter l'accès des vins néo-zélandais. Rapidement, l'intérêt de l'orientation à l'exportation se renforce: les importations sont encore assouplies en 1982 (renforçant les incitations à exporter) et le gouvernement travailliste, élu deux ans plus tard, met en œuvre en un an un programme néolibéral complet qui fera date sur le plan international (Dalziel, 2002). Contrairement aux observateurs internationaux, les kiwis étaient peu convaincus de ce qui a été appelé depuis la «*New Zealand Experience*»: «*New Zealanders have not always been as enthusiastic as overseas commentators about the experience*» (Dalziel, 2002, p. 32). Quoi qu'il en soit, ce programme est considéré comme étant à l'origine du succès commercial ultérieur que connaît l'industrie (Mikic, 1998).

La rapide expansion qui suit ces incitations provoque rapidement une tendance à la surproduction et une féroce guerre des prix qui précipite les rachats des caves défaits par les plus robustes. Cette compétition brutale mène à une concentration des grandes caves, un phénomène qui se renforce avec la libéralisation au pas de marche et l'arrivée croissante de capital étranger (Barker 2004, p. 255, Overton & Murray, 2014).

En 1985, les problèmes de surproduction sont tellement catastrophiques que le gouvernement, pourtant très libéral, répond à la demande de grandes caves au bord de la faillite et finance pour environ 10 millions de dollars de primes à l'arrachage des vignes («*Grapevine Extraction Scheme*», GES). 1 500 hectares sont arrachés, essentiellement du muller-thurgau, le cépage caractéristique des vins légers et de la piquette, le «*plonk*»⁵, qui étaient majoritairement produits jusqu'alors.

Cette subvention a un double effet: elle libère les caves fragiles de coûteux contrats à long terme avec leurs producteurs et facilite l'implantation de cépages plus porteurs, notamment du sauvignon blanc en Marlborough. Un cépage qui, associé à cette région, gagne rapidement une réputation internationale:

«[The Grapevine Extraction Scheme allowed growers to pull out their less desirable varieties and replace with more marketable ones – such as Sauvignon Blanc and Chardonnay. While the Government paid growers to pull vines, they placed no restrictions on new plantings, meaning many growers took the money and used it to replant with consumer led varieties.]» (Barker, 2004, p. 255)

⁵ «*Plonk*» vient de la déformation de prononciation de «*vin blanc*», le vin bon marché que les soldats australiens commandaient dans les cafés français durant la première guerre mondiale (Stewart, 2010, p. 187).

Parallèlement, l'accent mis sur les vins de cépages renforce le choix de vendre des vins en bouteille plutôt qu'en vrac – comme c'était souvent le cas pour le muller-thurgau – ce qui dirige la production vers les segments supérieurs du marché. De nombreux commentateurs considèrent le programme d'arrachage de 1986 comme l'élément déclencheur du large succès du Marlborough, élargissant le travail et la prise de risque d'une entreprise ayant planté les premiers ceps dix ans plus tôt, et, par ricochet, de la croissance de l'industrie nationale: l'explosion du secteur du vin néo-zélandais vient du Marlborough (Overton & Murray, 2014).

La réorientation entraînée par l'arrachage ou plus exactement, par le ré-encépagement de 1986 se traduit par une croissance importante des surfaces plantées dès les années 1990 (Figure 19), qui elle-même conduit à une explosion des volumes produits durant les années 2000 (Figure 20).

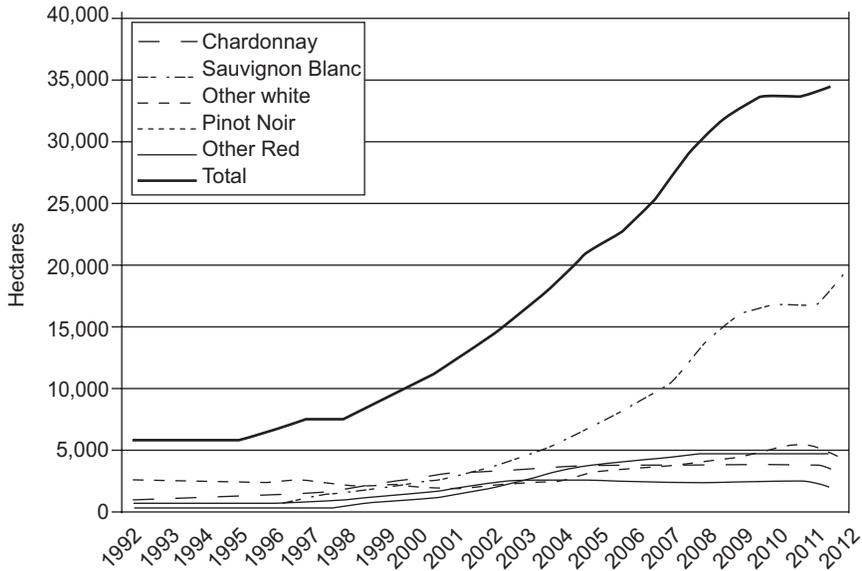
Si les chiffres de la surface plantée et des volumes produits révèlent une croissance forte, c'est surtout la forte croissance de la part à l'exportation qui caractérise le chemin vers l'arrangement actuel: le pays n'exporte que 7,4% en 1990, 30% en 2000, mais plus de 92% en 2012 (Overton & Murray 2014, p. 28). Les exportations sont en partie retombées en 2014, mais la pente de la courbe de production semble toutefois se maintenir entre 2005 et 2014, avec environ 450 000 tonnes récoltées en 2014 (NZW, 2014, p. 3).

L'expertise économique associe ce tournant majeur vers l'exportation à la mise en place des réformes (néo)libérales de la seconde moitié des années 1980, notamment à l'effet stimulant de la dérégulation et de l'abandon rapide des barrières tarifaires (Mikic, 1998).

Sur le plan national, ces politiques de libéralisation remanient profondément le système de licence: le *Sale of Liquor Act* qui supprime le *Licensing Act* en 1989⁶ met en place un système facilitant l'octroi, mais aussi la perte, de la licence afin de mieux lutter contre l'abus d'alcool. Surtout, il autorise la vente de vin (mais non de bière et de spiritueux) dans les supermarchés (Barker, 2004, p. 256-257). Il s'agit là d'un changement symbolique majeur dans la nature des valeurs associées au vin. Alors que les *liquor-* et autres *wine shops* de l'ère du *Licensing Act* étaient surtout fréquentés par des hommes (Beverland, 2003), on peut relever que la distribution *via* les supermarchés valorise les dispositions de réception des femmes. De récentes recherches précisent toutefois que ces dernières s'y distinguent des hommes essentiellement par leur prédilection pour les vins à prix cassés (Forbes, 2012). Ce trait, conjugué à l'emprise accrue des vins étrangers bon marché nuance le succès que ce nouveau canal de distribution représente pour les vins kiwis de qualité.

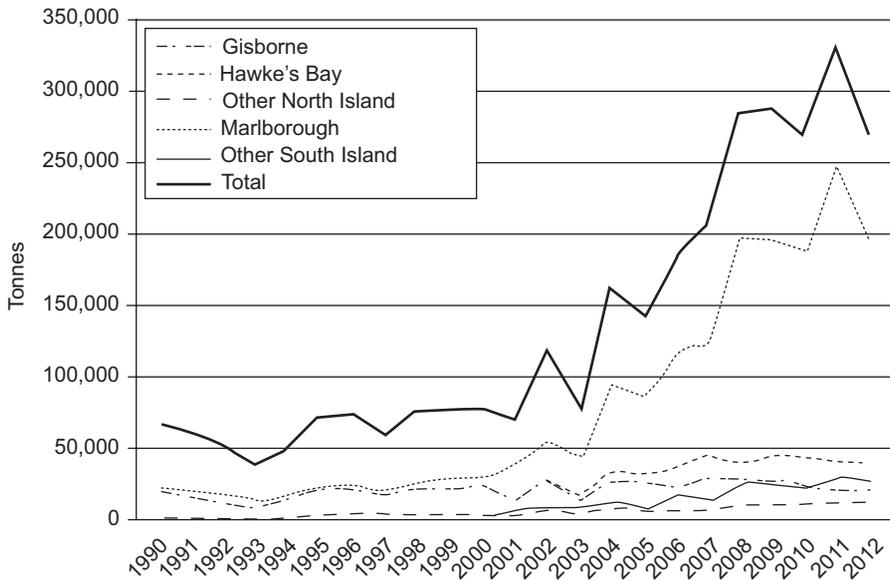
⁶ *Sale of Liquor Act*, 1989, Public Act N° 63, Date of assent 17 August 1989. Repealed on 18 December 2013, by section 418(3) of the Sale and Supply of Alcohol Act 2012 (2012 N° 120).

Figure 19 Croissance des surfaces plantées depuis 1990



Tiré de Overton & Murray (2014, p. 27)

Figure 20 Croissance des volumes produits depuis 1990



Tiré de Overton & Murray (2014, p. 28)

Dans le domaine de la production, deux lois en particulier structurent le développement de l'industrie à ce tournant de croissance. La première est le *Commerce Act* de 1986⁷, qui mène à l'interdiction de la fixation de prix dans les contrats entre producteurs et caves. Son effet est très structurant sur la conception que les acteurs vont désormais se faire du champ des possibles s'agissant des modalités de coordination dans l'industrie: la question des prix est un point qui doit être laissé exclusivement à l'offre et à la demande. À chacun de négocier au mieux à chaque millésime.

La seconde est le *Ressource Management Act* de 1991⁸ qui fixe des objectifs de durabilité (Robertson, 1993). Cette loi encadre notamment la distribution des droits d'eau pour l'irrigation du vignoble, un élément décisif (limitant) pour le développement actuel du volume de production du Marlborough.

Enfin, dans le sillage des accords TRIPS de Marrakech, la Nouvelle-Zélande adopte une loi sur les indications géographiques (IG)⁹ en 1994 (*Geographical Indication Act*, 1994), qui est potentiellement destinée à tous les types de produits. Elle reste inusitée et sans effet, alors que l'industrie s'oppose à l'élaboration d'une ordonnance de mise en œuvre. Selon le principal expert, même sans disposition de mise en œuvre, le régime kiwi dans le domaine des IG semblait conforme aux engagements pris dans le cadre des TRIPS, dans la mesure où seules quelques caves néo-zélandaises utilisent (en 2004) des dénominations d'IG européennes, en les traitant comme des génériques (à tort évidemment, du point de vue juridique européen).

Encadré 26. Des « appellations privées », un oxymore conceptuel

Dans la pratique, les producteurs régionaux qui souhaitent se différencier collectivement en utilisant une dénomination géographique, passent généralement par du marketing financé en commun ou, dans de rares cas, par la création d'une marque commerciale portant sur une dénomination géographique (Barker, 2004, p. 295). Le district de Gimblett Gravels par exemple, qui couvre pas moins de 800 ha dans la région de Hawke's Bay, porte le nom de la route – Gimblett Gravels – qui dessert le vignoble situé à côté d'une ancienne carrière à gravier (*gravel*), et jouit d'une forte réputation. Il a été défini en 2001, notamment sur la base des caractéristiques des parcelles – et en suivant les limites des parcelles détenues par les membres de l'association, donc en suivant aussi des contraintes « politiques » –, en s'inspirant de la notion française de terroir.

⁷ *Commerce Act*, 1986, Public Act N° 5, Date of assent 28 April 1986. Reprint as at 1 December 2014.

⁸ *Resource Management Act*, 1991, Public Act N° 69, Date of assent 22 July 1991. Reprint as at 23 September 2015.

⁹ *Geographical Indications Act*, 1994, Public Act 994, N° 125 Date of assent 9 December 1994. Reprint as at 14 April 2008. Repealed on 14 April 2008.

La marque Gimblett Gravels, qui constitue un oxymore conceptuel que Barker qualifie d'«appellation privée» (2004, p. 297) requiert de ceux qui l'utilisent que 95% du vin proviennent de raisins issus de la zone (Overton & Murray, 2014b, p. 47-49).

Avant la création d'un tel oxymore conceptuel (une appellation au sens d'une AOC ne peut être, par définition, privée), seuls les vignerons pionniers installés dans le village de Martinborough, dans la vallée de Wairarapa sur l'île du nord, ont tenté de mettre sur pied, dès la fin des années 1980, une définition géographique qui s'approche le plus de la logique d'une AOC – sans les restrictions quantitatives bien entendu. L'appellation *Martinborough Terrace* correspondait à un périmètre de production fondé sur des critères liés aux caractéristiques du sol et défini par le biais d'une association locale. L'appellation a été victime de son succès et a dû étendre très largement son périmètre initial pour intégrer les nouveaux venus dans la région, plutôt que de se battre pour s'en différencier (Murray & Overton, 2011). L'association des vignerons de Martinborough était constituée de pionniers qui ont, pour certains, très fortement contribué, au niveau national, au développement de vins de haute qualité, notamment du pinot noir, en s'investissant dans des démarches d'échange de savoir-faire, tels que le séminaire Southern Pinot Workshop (voir *infra*) (Stewart, 2010, p. 358-362).

Un des observateurs néo-zélandais les plus critiques relève d'ailleurs que Martinborough est la seule authentique région viticole du pays, qui s'appuie sur une définition claire, des limites précises et des antécédents sérieux pour justifier son statut. En revanche, les autres «*régions*» dont la dénomination géographique est utilisée pour différencier les vins (Central Otago, Marlborough, Gisborne, Hawke's Bay, Waipara, etc.) ne sont, dans les faits, que des provinces administratives dans lesquelles on fait pousser du vin (Stewart, 2010, p. 415).

16.6 LE RÔLE DU MARLBOROUGH DANS LA CROISSANCE DE LA FILIÈRE

Cette période d'essor est très intimement liée aux premiers succès internationaux rencontrés par les sauvignons blancs du Marlborough. Depuis, «*Marlborough sauvignon blanc*» (MSB) est devenu un produit typique et le principal moteur de la croissance fulgurante de l'industrie – sa poule aux œufs d'or comme la décrivent des producteurs –, mais aussi, par son ampleur, son principal risque (entretien CEO NZW).

Depuis l'explosion du succès du Marlborough (dès 2000 environ), il est difficile pour un exportateur de ne pas avoir un sauvignon blanc dans son assortiment: «[...] *increasingly, this variety became the cash cow of the industry,*

due to steady overseas demand. It also has relatively low costs of production, as it does not rely on the use of expansive oak barrel and it can be produced in bulk». (Overton & Murray 2014, p. 28).

Le MSB doit son succès à des valeurs sensorielles très distinctes (un fruité type fruits exotiques très marqué, surtout au nez, et une acidité soutenue, incisive et « croquante»), combinées aux valeurs symboliques d'un vin de masse, bon marché.

Si la mode change, la dépendance au MSB constitue bien un risque, selon un ancien dirigeant de NZW, mais il n'y a pas d'autre stratégie possible étant donné que du capital ne cesse d'être investi massivement dans le MSB, car c'est là qu'il y a de l'argent: «*That is what we are good at, that is what people want from us. Without the MSB, we would be Canada*». Et même si la mode change, l'industrie peut toujours s'appuyer sur une certaine catégorie de vin (frais, aromatiques, facile à boire) dont la construction et la différenciation sur le marché mondial ont nécessité beaucoup d'investissements.

Toutefois, le style qui a fait la réputation du MSB donne quelques signes d'usure au sein de ses marchés historiques, surtout en Australie. Le compte rendu d'un entretien avec des critiques et des sommeliers australiens (Feneley, 2013)¹⁰ en témoigne cruellement et a marqué les esprits dans le monde du vin kiwi. Les caractéristiques sensorielles du MSB y sont passées au lance-flammes :

« Passionfruit, body odour, cat's pee, lantana¹¹. [...] "Drinking your first New Zealand sauvignon blanc is like having sex for the first time". "Yes, first sex: smelt a bit funny - and a short finish" [...]. It left you distinctly unsatisfied. » (Feneley, 2013)

En outre, des petits producteurs qui mettent l'accent sur des vins de haute qualité à prix élevé mettent en question le modèle du Marlborough fondé sur du volume de masse et des prix faibles et prennent très au sérieux l'impact négatif (appauvrissant) de ce type de vin sur les compétences de réception des consommateurs ¹² :

« [Poor grape quality] surplus drives prices further down, narrowing profit margins, forcing more price cutting, further decreasing the quality of wine in the market and, in the process, training consumers to look for and develop a taste for an inferior product. » (Spratt & Felmand, 2012, p. 14)

¹⁰ *The Marlborough Express* du 16 février 2013.

¹¹ Une mauvaise herbe invasive.

¹² Spratt & Feldman sont vigneron à la tête de petites exploitations (*boutique*) sur Waiheke Island. Leur ouvrage est un pamphlet contre les grandes entreprises vitivinicoles qu'ils accusent d'usurper la notion de «*fine wine*» pour vendre ce qu'eux-mêmes considèrent comme du «*Grape-a-hol*», c'est-à-dire une boisson alcoolisée à base de raisin fermenté, mais qui n'a rien d'autre en commun avec du vin de qualité ou digne de ce nom: «[...] *The business of making large volumes of grape-a-hol, [...] getting it to thirsty non-discriminating consumers around the world who want cheap wine*». (2012, p. 18)

Ces producteurs, dissidents dans le discours très homogène de l'industrie (voir *infra*), rapportent notamment les aveux désabusés du *winemaker* d'une très grande cave, disant produire un vin dont la fonction essentielle consiste à faire descendre la nourriture: «*His true objective is to make a sufficient palatable alcoholic beverage for washing down food*» (Spratt & Felmand, 2012, p. 14).

Quoi qu'il en soit, la croissance du MSB reste impressionnante, ce qui indique que de nombreux consommateurs ne sont pas (encore?) lassés par son acidité, ses arômes de pipi de chat, de transpiration, herbacés, ou de feuilles de tomates.

Les sommeliers australiens ont leur propre explication à la pérennité de ce succès, pas très favorable quant aux dispositions de réception des consommateurs:

«*So why is New Zealand sauvignon blanc so successful? The same reason that Starbucks and McDonald's are successful. [...] 95 per cent of drinkers are not discerning but "sheep-like" in their buying habits. [...] But it's the McDonald's of wines. You can go all over the world but a Big Mac is still a Big Mac.*» (Feneley, 2013)

CHAPITRE 17

LE RÉGIME DU VIN NÉO-ZÉLANDAIS DEPUIS 2003

Les dynamiques récentes s'appuient sur le *Wine Act* de 2003. Ce dernier scelle l'orientation de la filière vers l'exportation, son contexte très libéral et son organisation institutionnelle. Le « cœur de cible » du régime du vin a, en revanche, peu évolué depuis le système de licence du XIX^e siècle : il porte essentiellement sur l'aval de la filière (le vin fini et distribué, source de problèmes sociaux, mais aussi de revenus pour l'État) et ne se préoccupe quasiment pas de l'amont, c'est-à-dire de la production (les infrastructures de production et la qualité du raisin) (Barker, 2004, p. 268), aux antipodes du régime suisse.

17.1 NEW ZEALAND FOOD STANDARDS

La définition du vin est donnée par le *New Zealand Food Standards 2002*¹. Le standard 2.7.4 définit le vin comme suit : « *Wine means the product of the complete or partial fermentation of fresh grapes, or a mixture of that product and products derived solely from grapes* » (al. 1). Il fixe également les additifs autorisés durant sa production (al. 2) :

« *The following foods may be added to wine during production – (a) grape juice and grape juice products; and (b) sugars; and (c) brandy or other spirit; and (d) water, where the water is necessary to incorporate any permitted food additive or processing aid* ». Les standards 1.3.1 et 1.3.3 listent des additifs autorisés.

17.2 FAIR TRADING ACT 1986

Le *Fair Trading Act* of 1986² est depuis sa mise en œuvre le principal outil de protection des consommateurs qui contraint les possibilités de

¹ Australia and New Zealand Food Standard Code, basé sur l'Agreement between the government of Australia and the government of New Zealand establishing a system for the development of joint food standards de 1995, voir Barker, 2004, p. 286.

² *Fair Trading Act*, 1986 Public Act 1986 N° 121, Date of assent 17 December 1986, Reprint as at 1st July 2015.

différenciation des vins, notamment en proscrivant la tromperie: (art. 9) «*Dans tous échanges commerciaux (trade), aucune personne n'adoptera de comportement qui soit trompeur ou qui porte à confusion, ou qui soit susceptible de tromper ou de porter à confusion*». Plusieurs dispositions d'application ont un impact précis quant aux possibilités de différenciation des biens, et donc des vins: «[...] *Specific prohibitions [...] on false or misleading representations with regard to the kind, standard, quality, grade, quantity, composition, style, model and place of origin of goods*» (Barker 2004, p. 292). Selon Barker, même si la jurisprudence s'appuyant sur le *Fair Trading Act* est mince dans le secteur vitivinicole, les acteurs de l'industrie sont conscients des exigences en termes de tromperie et s'y soumettent (2004, p. 293).

17.3 WINE ACT 2003

Le *Wine Act* (2003)³ est la pièce centrale du régime du vin néo-zélandais. Dans une logique libérale, ce texte est voué à être un élément de législation «*habilitant*» (*enabling*, Barker, 2004, p. 289), les détails de la régulation étant laissés à des ordonnances spécifiques ou à l'industrie elle-même: «*This means that [the Act] sets out a number of regulatory objectives and provides regulatory mechanisms by which those objectives may be achieved. The detail of the system is provided by subordinated legislation in the form of statutory regulation and administrative notice, and by industry practice.*» (Barker, 2004, p. 289)

Le *Wine Act* vise à (art. 3)⁴:

- a) *fournir des standards pour l'identité, la sincérité de l'étiquetage et la sécurité (alimentaire) du vin,*
- b) *réduire et gérer les risques pour la santé humaine* découlant du vin et assurer le respect des standards,
- c) *faciliter l'accès des vins aux marchés étrangers* en fournissant les contrôles et les mécanismes requis et en garantissant les assurances obligatoires,
- d) permettre la définition de critère d'éligibilité pour l'exportation, afin de *protéger la réputation des vins sur les marchés étrangers,*
- e) promouvoir la consultation des organisations de l'industrie sur les objets de sa régulation *comme outil pour développer l'efficience et la croissance de l'industrie du vin,*
- f) permettre de lever des contributions auprès des *winemakers*, destinées aux organisations représentant leurs intérêts afin de financer les activités vouées au bénéfice de l'industrie.

³ *Wine Act*, 2003. Public Act 2003 N° 114. Date of assent 30 October 2003. Reprint as at 24 June 2014.

⁴ Traduction de l'auteur.

Pour atteindre ces objectifs, le cœur substantiel du *Wine Act* institue les *Wine Standards Management Plans* (WSMP) (art. 8-35), ainsi que les conditions et les procédures relatives à la certification pour l'exportation (art. 36-54). Le WSMN est défini comme un outil devant permettre « *d'identifier, contrôler, gérer, et éliminer ou minimiser les dangers (hazards) et autres facteurs de risques en relation avec la production de vin, dans le but de garantir que le vin est conforme à sa raison d'être* » (art. 8, al. 1). Chaque plan doit définir la procédure et les pratiques à adopter pour atteindre les objectifs du plan (art 14, al. 2). Un WSMP peut être élaboré individuellement par une entreprise ou se fonder sur un modèle commun. À cette fin, NZW a élaboré un modèle de plan et les pratiques correspondantes, complété par des recommandations additionnelles, qu'elle met à la disposition des *wineries*⁵. Selon le *Wine Act*, chaque WSMP doit être enregistré auprès de l'administration compétente (en l'occurrence, la Food Safety Authority, qui relève du Ministry of primary industries) (art. 16-18).

Dans sa troisième partie, la loi fixe les compétences des acteurs politico-administratifs en charge de formuler la législation détaillée (ordonnances, notices administratives), (art. 55-68). Puis elle définit les procédures de reconnaissance des acteurs ou des agences en charge de tâches de contrôle et de vérification (notamment du respect des standards) ainsi que les conditions de leur destitution (art. 70-82). Les articles 84 à 96 fixent les modalités selon lesquelles les coûts de mise en œuvre de la loi (notamment contrôle, certification, etc.) peuvent être répercutés sur les groupes cibles. Enfin, les articles 97 à 110 définissent les sanctions et les amendes maximales en cas de non-respect des dispositions, et l'art. 111 pose les bases pour le prélèvement d'une contribution obligatoire (*levy*) auprès des *winemakers*. Les articles 112 à 132 fixent les derniers points procéduraux (archivage, consultation) et listent les lois abrogées par l'entrée en vigueur du *Wine Act*.

17.4 WINE REGULATION 2006

La portée des standards que doit contenir un WSMP est définie par le biais d'une ordonnance (*regulation*), la *Wine Regulation* de 2006⁶, en vertu de l'art. 119, al. 1 let. (c) du *Wine Act* qui confère cette compétence au ministre.

Selon cette ordonnance, les standards doivent porter sur les points suivants : 1) l'étiquetage du vin doit clairement indiquer le pays d'origine du vin (art. 7) ; 2) l'étiquetage ne doit pas porter à confusion ou être trompeur quant au cépage, au millésime ou à la région d'origine du vin (art. 8) ; 3) le vin destiné à l'exportation doit faire la preuve qu'il ne comporte pas de défaut majeur (*obvious fault*), à savoir être oxydé, ou être corrompu par des arômes étrangers,

⁵ New Zealand Winegrowers Wine Standards Management Plan Code of Practice. Version 2, October 2011, 36 p., Auckland.

⁶ *Wine Regulation*, 2006 (SR 2006/147), Reprint as at 1st July 2015.

ou être malodorant (art. 9). L'art. 9 contient d'ailleurs le seul point substantiel spécifié dans cette ordonnance; 4) le vin et ses produits doivent être dépourvus de danger (*hazards*) (art. 10); 5) toutes les personnes qui utilisent des intrants et des moyens de production/transformation ainsi que ceux qui effectuent le transport des intrants, du vin et de produits du vin doivent s'assurer de l'absence de danger (*hazards*) en relation avec ceux-ci (art. 11); 6) toutes les personnes qui effectuent le conditionnement du vin doivent s'assurer que les matériaux qui entrent en contact avec le vin sont adaptés et utilisés de façon adéquate (art. 12); 7) la traçabilité des procédures doit être assurée (*record and return*) (art. 13); enfin, les compétences et les responsabilités des agences accréditées (*recognised agency or person*) qui effectuent des tâches selon les dispositions du *Wine Act* doivent être spécifiées (art. 14).

La Wine Regulation de 2006 fixe, pour terminer, les frais et les émoluments (*fees and charges*) correspondant aux étapes d'enregistrement et de modification des WSMP ainsi qu'aux activités de contrôle (Schedule 1, fees and charges).

17.5 WINE SPECIFICATION NOTICE 2006

C'est par le biais d'une notice administrative (*Wine specification Notice*), rédigée par le directeur du département des standards de la Food Safety Authority⁷, que le ministère fixe le contenu substantiel des standards décrits dans la *Wine regulation* de 2006. Y est notamment détaillée la « règle du 85 % » en ce qui concerne les règles d'étiquetage: si l'étiquette d'un vin fait référence à un seul cépage, millésime ou région d'origine, alors au moins 85 % du vin doit provenir de ce cépage, de ce millésime ou de cette région d'origine (art. 6, al. 1).

Il s'agit de la seule disposition qui restreint l'usage du raisin en relation avec le nom d'une région d'origine permettant de différencier la ressource au niveau régional. Cette « règle du 85 % » pour les trois éléments de différenciation à l'étiquetage que sont le cépage, le millésime et la région de production, correspond aux exigences européennes pour les vins portant une IG (et non une AOC)⁸. À titre de comparaison, les États-Unis ne requièrent que 75 %⁹. L'ensemble des autres dispositions substantielles portent essentiellement sur la qualité sanitaire des infrastructures et sur l'élimination/la réduction des dangers (*hazards*) ainsi que sur la traçabilité des opérations de production et de conditionnement (art. 9-22).

⁷ *Wine (Specifications) Notice*, 2006, New Zealand Food Safety Authority, Ministry of Agriculture and Forestry. Signed at Wellington the 20th of December 2006.

⁸ Article 32, al. 1, let b) (ii) du Règlement (CE) N° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008 portant sur l'organisation commune du marché vitivinicole. Journal officiel de l'Union européenne, L 148/1.

⁹ <http://www.mpi.govt.nz/exporting/food/nz-grape-wine/>.

À l'heure de la recherche de terrain (en juillet 2015), les restrictions portant sur l'usage des noms de régions d'origine ne vont pas plus loin dans le régime du vin néo-zélandais. La filière nationale a toutefois annoncé que la législation sur les IG devrait entrer en vigueur (par le biais d'une ordonnance) dès 2016 (communiqué NZW avril 2015 et *The Press* du 7 avril 2015; voir plus loin pour les détails de la législation sur les IG).

17.6 EXIGENCES POUR L'EXPORTATION

Une notice, la *Wine (New Zealand Grape Wine Export Eligibility Requirements) Notice* pour 2006, publiée par la Food Safety Authority¹⁰, fixe les conditions auxquelles le vin peut être exporté.

Les outils principaux contraignant l'exportation sont au nombre de trois. Ils consistent, tout d'abord, en une analyse sensorielle destinée à déterminer si le vin est exempt de défaut. Les principes de la procédure sont fixés aux articles 10 et 11. Le second outil est un audit assurant notamment la traçabilité du vin et la validité de l'étiquetage (articles 14 à 17). Les détails du déroulement de la procédure d'analyse sensorielle et de l'audit sont quant à eux fixés dans un « code », le *New Zealand Grape Wine Export Code*, également publié par la Food Safety Authority¹¹. Le troisième outil additionnel varie d'un marché de destination à l'autre: il s'agit des « *overseas market access requirements* » (art. 3). Le cas des exigences relatives à l'exportation vers le marché européen est détaillé *infra*.

Dans la pratique, la grande majorité des acteurs interrogés indiquent que le niveau d'exigence pour satisfaire au contrôle sensoriel est fixé à un seuil très bas et qu'il ne constitue pas un « *filtre* » ayant un impact important sur le niveau de qualité des vins exportés.

17.7 GEOGRAPHICAL INDICATIONS 2006

Le *Geographical Indications (Wine and Spirits) Registration Act* de 2006¹², qui n'était toujours pas entrée en vigueur en 2015, a remanié la précédente loi sur les IG datant de 1994, qui était elle aussi restée lettre morte, n'ayant jamais reçu son ordonnance d'application. Dans les deux cas, c'est le refus de l'industrie d'appliquer la loi qui l'a maintenue sans effet. Contrairement à la version de 1994, et comme son titre le précise, la loi de 2006 porte uniquement sur les vins et les spiritueux. Ce resserrement découle d'un changement dans la

¹⁰ Signed at Wellington this 30th day of June 2006.

¹¹ Signed at Wellington this 30th day of June 2006, 24 pages.

¹² *Geographical Indications (Wine and Spirits) Registration Act*, 2006, Public Act 2006 N° 60, Date of assent 21 November 2006. Reprint as at 1st January 2014.

stratégie adoptée par le gouvernement, et soutenue par l'industrie, dans le cadre des négociations houleuses entreprises avec l'UE pour faciliter l'accès des vins kiwis au territoire européen.

Le *Geographical Indications Act* de 2006 prévoit essentiellement la mise en place d'un registre des IG et définit les conditions et les procédures d'enregistrement (articles 6 à 56). La loi a pour but (art. 3, al. a-c) de contribuer au développement, à la croissance continue et à l'innovation dans les industries du vin et des spiritueux en apportant un cadre légal adéquat pour l'enregistrement des IG (a); de créer un environnement de commerce et de marketing sûr (*sound*) qui facilite le commerce de vins et de spiritueux plutôt qu'il ne crée des barrières à celui-ci (b); qui facilite les objectifs décrits en (a) et en (b) en conformité avec les droits et les obligations de la Nouvelle-Zélande dans le cadre des accords TRIPS (c).

La définition des IG contenue dans la loi néo-zélandaise (art. 6, al. 1) reprend mot pour mot celle de l'art. 22 de la Partie II des accords sur les ADPIC/TRIPS de l'OMC, au détail près qu'elle remplace «*produit*» par «*vin ou spiritueux*»: «*On entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un vin ou un spiritueux comme étant originaire du territoire d'un pays, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique*».

Les IG sont enregistrées une fois qu'elles sont inscrites dans le registre national prévu à cet effet (art. 8). Plusieurs restrictions limitent les possibilités d'enregistrement: une IG ne peut pas être enregistrée si une IG identique a déjà été enregistrée (art. 10); une IG ne peut pas être enregistrée si elle porte le même nom que celui qu'il est d'usage (*customary*) de donner à un cépage en Nouvelle-Zélande (art. 11); une IG ne peut pas être enregistrée si elle est identique au terme qu'il est d'usage d'utiliser dans le langage courant comme le nom commun (*common name*) d'un certain vin (art. 12); une IG ne peut pas être enregistrée pour une IG étrangère qui n'est pas ou n'est plus protégée dans son pays d'enregistrement (art. 13); une IG ne peut être enregistrée si elle est *identique* à une marque commerciale d'un bien ou d'un service identique (art. 14) ou similaire (art. 15), ou si elle est *similaire* à une marque commerciale d'un bien ou d'un service identique (art. 16), ou similaire (art. 17); les restrictions d'enregistrement des IG relatives à des marques commerciales ne s'appliquent pas si a) le propriétaire de la marque a donné son accord ou b) si l'officier en charge du registre considère (à l'aune de plusieurs critères spécifiques) que l'IG et la marque commerciale peuvent coexister (art. 18).

Toutefois – et cette nuance semble importante –, des IG homonymes (s'épelant à l'identique ou de consonance identique) à des IG déjà enregistrées et provenant d'une origine géographique différente peuvent être enregistrées (art. 19). L'officier en charge du registre peut imposer des conditions à

l'enregistrement des IG homonymes (sous des critères spécifiques énumérés dans le même article) (art. 20).

Plusieurs restrictions quant à l'usage d'IG enregistrées sont spécifiées: la plus importante reprend les dispositions de mise en œuvre du *Wine Act* en précisant que 85 % au moins du vin doit provenir de l'origine géographique correspondant à l'IG qu'il porte (art. 21). L'art. 22 indique notamment que l'usage commercial d'IG étrangères en Nouvelle-Zélande doit être conforme à l'enregistrement de l'IG dans son pays d'origine. Enfin, les restrictions des articles 21 à 24 s'appliquent indépendamment de l'usage d'une traduction ou de termes tels que «*style*», «*type*», «*imitation*» (art. 25). Les restrictions d'usage des IG ne s'appliquent pas pour les termes en question qui ont fait l'objet d'un usage commercial continu et de bonne foi ayant débuté avant le 15 avril 1994 (date de la signature des accords de Marrakech) (art. 29) ou pour les marques commerciales qui ont été enregistrées ou déposées de bonne foi avant l'enregistrement de l'IG.

Toute personne intéressée peut déposer une demande d'enregistrement d'une IG (art. 36). Les articles 37 à 47 fixent les grandes lignes des procédures d'enregistrement, d'accès et de modification du registre, qui doivent être spécifiées dans l'ordonnance d'application. Les articles 48 à 52 décrivent les procédures d'appel devant les tribunaux en cas de litige quant à l'enregistrement d'une IG. Enfin, la loi prévoit la possibilité pour l'officier en charge du registre d'établir un comité des IG, voué à l'enregistrement des IG et à la tenue du registre (articles 53 à 56). L'article 57 prévoit les points qui peuvent faire l'objet d'ordonnances de mise en œuvre. Les articles 58 à 64 énumèrent les relations de la loi avec d'autres sources de législation, les éventuels amendements (du *Trade Marks Act* de 2002 notamment) et abrogation (de la loi sur les IG de 1994). On retient notamment que la loi ne modifie ni le contenu des standards alimentaires (AUS et NZ *Food Standards* de 2002), ni le *Wine Act* de 2003, ni le *Fair Trading Act* de 1986.

En 2015, il est prévu que le *Geographical Indication Act* de 2006 fasse enfin l'objet d'une ordonnance d'application en 2016¹³. Celle-ci est effectivement entrée en vigueur en juin 2017¹⁴. Depuis 2008, les IG vitivinicoles faisaient uniquement l'objet d'une liste *ad hoc* (voir *infra*) associée à la procédure de certification des vins pour l'exportation vers le marché européen. L'Encadré 27 revient sur les raisons de cette absence de mise en œuvre. Depuis juillet 2017, 18 régions de production viticoles du pays ont demandé leur inscription sur le registre néo-zélandais des IG pour les vins et spiritueux¹⁵.

¹³ Communiqué NZW avril 2015 et *The Press* du 7 avril 2015.

¹⁴ Geographical Indications (Wine and Spirits) Registration Regulations 2017, 2017/146, Wellington, 26th of June 2017.

¹⁵ Communiqué NZW du 27 juillet 2017.

Encadré 27. Les raisons de l'absence de concrétisation de la loi sur les IG¹⁶

La régulation néo-zélandaise des IG vitivinicoles est un sous-produit direct des relations commerciales avec l'UE.

Alors que les négociations avec cette dernière s'étaient arrêtées depuis 1997, elles reprennent en 2004. L'UE est en train de préparer la réforme de l'organisation commune du marché (OCM)¹⁷ vitivinicole de 2008, dont le projet facilite en lui-même l'accès aux vins néo-zélandais. L'UE propose alors plutôt de négocier sur un accord IG en général (pas seulement sur le vin), ce que la Nouvelle-Zélande refuse. Couplé à la dynamique de Doha à l'OMC, cela conduit l'industrie vitivinicole néo-zélandaise à donner son accord pour aboutir à la loi IG de 2006, sans qu'il y ait de besoin de mise en œuvre de celle-ci, dans la mesure où la loi (sans ordonnance) suffit à respecter les engagements des TRIPS.

Avec l'OCM vin de 2008, les vins néo-zélandais obtiennent un accès facilité à l'UE pour autant qu'ils définissent et certifient leurs indications géographiques, conformément aux nouvelles règles introduites par l'OCM vitivinicole en matière de niveaux de qualité des vins (AOP et IGP) et d'étiquetage correspondant. Pour ce faire, l'industrie et les responsables administratifs se sont réunis pour établir une liste *ad hoc* aboutissant à l'identification de 29 «IG», permettant également aux producteurs d'utiliser des dénominations géographiques plus locales (sous-régions) sur leur étiquette pour la commercialisation en Europe (par exemple Gibbston Valley dans la dénomination de Central Otago). Ces dénominations seront reprises dans le registre qui doit être mis en place par l'ordonnance attendue en 2016.

La liste est structurée en pays, en zones, en régions (Marlborough) et sous-régions (pour autant qu'elle soit seule et bien distincte, ainsi Waipara au sein de Canterbury, et non Bannockburn en Central Otago, par exemple). Elle définit la zone géographique correspondante à la dénomination, et rappelle la règle du 85%. Les acteurs locaux ont la possibilité de définir plus en détail des sous-régions. Cette liste est devenue *de facto* la liste des IG vitivinicoles de Nouvelle-Zélande. Elle revêt un statut intermédiaire, entre la loi IG de 2006 et l'ordonnance IG arrivée en 2017.

Globalement, l'intérêt que les acteurs portent aux IG est important en Nouvelle-Zélande, même si les raisons sont diverses et parfois

¹⁶ Entretien avec l'ancien membre de la direction de NZW, alors responsable juridique, *lobbying* et représentant à l'OIV et au WWTG.

¹⁷ Organisation commune du marché vitivinicole: Règlement (CE) N° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008 portant organisation commune du marché vitivinicole.

contradictaires (protection pragmatique de l'investissement dans un vignoble, lutte contre les contrefaçons), et la loi de 2006 constitue à ce titre un compromis acceptable pour l'industrie. L'intérêt pour une mise en œuvre de la loi IG, plus récent, s'est quant à lui manifesté en relation avec l'importance stratégique qu'acquiert le marché chinois. L'outil des IG est plus facilement activable qu'une marque commerciale (établir la preuve de sa réputation y est particulièrement coûteux), pour autant que l'administration chinoise veuille bien enregistrer l'IG (l'AOC Champagne n'y a été enregistrée qu'en 2013¹⁸, et des sources anonymes indiquent que le gouverneur californien Schwarzenegger a dû personnellement se déplacer en Chine, puis inviter les dignitaires chinois pour parvenir à l'enregistrement de Nappa Valley comme IG).

L'histoire des IG néo-zélandaises illustre l'intensité de l'idéologie libre-échangiste en Nouvelle-Zélande: le gouvernement est si soucieux de respecter les principes de non-discrimination de l'OMC qu'il formule une loi (de 2006) qui va au-delà des exigences de l'OMC en ne prévoyant pas de priorité aux demandes domestiques d'inscription dans le registre (avec un long délai d'attente potentiel lorsque des demandes d'IG étrangères seront adressées). Un détail qui risque de discriminer l'industrie nationale dans le processus d'enregistrement des IG.

Cet exemple fait écho à l'analyse développée en juillet 2015 par le chroniqueur d'un quotidien national qui commente les négociations dans le cadre de l'accord de libre-échange transpacifique (TPP), très controversé (absence de contrôle démocratique, informations fuitées peu réjouissantes pour les intérêts kiwis)¹⁹. Le journaliste considère que la Nouvelle-Zélande «*s'apprête à débiter une partie de strip-poker en étant déjà nue*», dans la mesure où il ne reste plus grand-chose à libéraliser (et donc à négocier), tant les gouvernements des trente dernières années ont été zélés dans cette pratique.

17.8 OVERSEAS MARKET ACCESS REQUIREMENTS

C'est une liste *ad hoc*, annexée à la législation, aux ordonnances et aux notices administratives du régime du vin qui forme la base de la régulation des IG pour les vins néo-zélandais (voir Encadré 27) jusqu'à l'entrée en vigueur de l'ordonnance des IG correspondante en 2017. Il s'agit du document *European*

¹⁸ <http://www.champagne.fr/fr/presse/communiqués/defense-appellation-champagne/reconnaissance-chine-indication-geographique-champagne>.

¹⁹ <http://www.scoop.co.nz/stories/PA1507/S00064/new-leaks-show-pharmac-loser-in-tpa-negotiation.htm>. La chronique à laquelle il est fait référence ici n'est pas disponible en ligne.

Union. Wine: Overseas Market Access Requirements. Notice 2006, publié par la Food Safety Authority²⁰.

Cette liste, qui recense les 29 indications géographiques et le périmètre géographique correspondant, figure en seconde partie d'un document rédigé par la Food Safety Authority qui présente les exigences nécessaires à l'obtention d'un certificat d'exportation pour l'Europe, concrétisant ce que prévoit la *Wine (New Zealand Grape Wine Export Eligibility Requirements) Notice 2006*. Elle incarne, on l'a vu, le troisième outil de contrôle à l'exportation, s'ajoutant à l'analyse sensorielle et à l'audit de traçabilité/étiquetage. À titre d'exemple, elle souligne que l'indication géographique «*Central Otago*» correspond au périmètre de production couvert par les districts de Central Otago et des Queenstown Lakes; ou que l'IG «*Marlborough*» correspond au district de Marlborough et des Kaikouras. Pour porter l'IG, les vins doivent respecter, on l'a dit, la règle des 85 % relative à la provenance du raisin dans le périmètre géographique.

Le dernier point (2.2.4) du document conclut qu'il est possible de faire mention sur l'étiquette d'une unité géographique plus petite contenue à l'intérieur de chaque IG, mais que dans ce cas la règle des 85 % doit également être respectée pour cette unité géographique. Les entretiens, qui ont notamment mis en évidence le rejet d'une définition plus restrictive des sous-régions en Central Otago, indiquent que ce type de restrictions, qui nécessitent une définition détaillée du périmètre, font précisément l'objet de fortes rivalités locales.

Cette liste est le résultat de l'action coordonnée des responsables du ministère (des industries primaires) et des représentants de la filière, consécutivement à la reprise des négociations avec l'Union européenne. Elle vient compléter, par un outil réglementaire administratif et destiné uniquement à l'exportation vers l'Europe, un régime dont les acteurs n'ont jusqu'alors pas souhaité qu'il contienne une concrétisation des indications géographiques. À ce titre, cette liste relève clairement, selon nous, de l'arrangement national et non plus du régime.

17.9 CONCLUSION DU RÉGIME ACTUEL

Selon Barker, la forme et la structure de la pièce maîtresse du régime actuel, le *Wine Act*, doivent beaucoup à la volonté de l'État de re-réguler le secteur alimentaire dans l'esprit des accords de l'OMC, avec la volonté de correspondre à un «*modèle de régulation optimal*», concept alors très en vogue. La volonté de NZW – qui a fortement contribué à la formulation du *Wine Act* – de développer la marque *New Zealand Wine*, de faciliter l'exportation et de limiter au minimum l'emprise du gouvernement dans les choix de l'industrie, a également fortement influencé la substance de la loi (Barker, 2004, p. 289).

²⁰ 25th November 2009. Accessible à : <http://www.foodsafety.govt.nz/password-protected/omars/eun/wine/index.htm>.

Le désir d'évoluer dans un cadre législatif très libéral est largement revendiqué par NZW (entretien CEO NZW). Cette vision est parfaitement en phase avec celle des gouvernements successifs, qui ont démontré, depuis le début des années 1980, que même le Labour (la gauche) était le plus fervent partisan et le meilleur élève des projets des réformes néo-libérales. Il convient toutefois de relever que le gouvernement contribue de façon substantielle et très ciblée à certains moments décisifs de la construction de la ressource : par les primes à l'arrachage en 1985, tout d'abord, puis par différents soutiens à hauteur de plusieurs dizaines de millions de dollars dans des projets de recherche (*MSB aroma*, ou encore *lifestyle wines* par exemple, dans le cas du Marlborough) ou de promotion (*Complexity*, voir *infra*). On doit souligner que les formes, mais surtout l'ampleur monétaire de ces soutiens sont sans aucune mesure avec le volume des subventions accordées en Suisse (par le biais des paiements directs) ou dans l'UE. Pour NZW, ces apports de fonds publics ne sont pas voués à durer et ne sont sollicités que pour corriger des « *échecs du marché* », notamment pour financer la promotion (en Chine, en Europe et aux États-Unis) et l'accès à des marchés qui ne sont pas encore rentables (entretien CEO NZW). Le marché libre – et profitable – ne se construit donc pas tout seul, tant s'en faut. Quant aux IG, l'évolution de la loi (destinée aux biens en général en 1994, puis aux seuls vins et spiritueux en 2006) et l'absence de sa mise en œuvre jusqu'en 2017 relèvent en partie d'un jeu stratégique de négociation sur le plan international (avec l'Europe, à l'OMC) et du fait que la « *liste des 29 IG* » satisfait tous les acteurs à peu de frais.

Globalement, et en anticipant sur la présentation de l'arrangement national, il apparaît que le *Wine Act* a pleinement atteint son objectif d'« *enabling* » de l'industrie, en favorisant le développement d'une industrie active et surtout au sein de laquelle les rivalités apparaissent particulièrement bien stabilisées.

CHAPITRE 18

ACTEURS ET RIVALITÉS EN NOUVELLE-ZÉLANDE

Les principaux acteurs relèvent des deux catégories usuelles de la filière, à savoir les producteurs de raisin et les encaveurs (ci-après *wineries*). Une partie importante du jeu institutionnel se structure autour de la relation (des antagonismes ou des synergies) entre ces deux groupes d'acteurs. D'autres rivalités sont visibles entre les différents types de *wineries*, opposant schématiquement les très grandes aux petites. L'arrivée de nouveaux acteurs et l'emprise relativement récente du capital étranger renforce en partie ces clivages.

18.1 PRODUCTEURS DE RAISIN ET CAVES

Avec l'essor (années 1960) du modèle de production sous contrat, on voit se différencier les deux types d'activités dans la filière (Barker, 2004, p. 248). Il en résulte une rivalité « *classique* » entre les revenus des producteurs et les coûts des *wineries*, qui se cristallise sur le prix de la vendange. Toutefois, celui-ci est relativement bien stabilisé, et la rivalité centrale oppose désormais différents types de caves.

La rivalité entre producteur et caves quant au prix de la vendange impose d'anticiper un peu sur un élément structurant de l'arrangement national actuel. Il s'agit d'une décision majeure prise en mars 1991 par la commission du commerce (Commerce Commission)¹, qui interdit expressément les négociations collectives, entre plusieurs producteurs et une cave, autour du prix de la vendange à venir et renvoie ainsi à des négociations individuelles. Barker indique que cette décision est certainement une des plus importantes

¹ Decision N° 263 of 14 March 1991. La décision ayant une portée générale s'est fondée sur le cas de producteurs de la région de Hawkes Bay qui, face à une cave monopolistique, Montana, étaient parvenus à instaurer une négociation collective du prix de la vendange pour l'ensemble des fournisseurs de la cave issus de cette région.

jamais prises pour la viticulture néo-zélandaise et résume les arguments de la commission comme suit :

«*Its reasoning was that collective bargaining diluted price signals, reduced efficiency and innovation, imposed a cost on the industry which lessened its ability to sell on the international market and to compete against import at home, and achieved price stability at the cost of blunting market signal.*»² (2004, p. 277)

Cette décision majeure est révélatrice selon nous de plusieurs caractéristiques de la construction de la ressource en Nouvelle-Zélande.

- 1) La construction de la ressource est consubstantielle de la construction d'un marché libéral (voir les réformes néo-libérales des années 1980) qui cherche à écarter les dynamiques spontanées de protection collective que les acteurs peuvent développer (Polanyi, 2004 [1944]) pour faire face à un acteur dominant et aux fluctuations du marché.
- 2) La décision contribue à construire le «*rôle régulateur*» du marché et à limiter le champ des possibles de régulation de la ressource (à l'inverse de l'acceptation du principe des quotas AOC par le Tribunal fédéral en 1991 en Suisse) : la commission de commerce – qui s'est manifestée dans un registre similaire en 2010 en rappelant que NZW ne disposait pas de la compétence requise pour inciter les producteurs à produire moins – projette une ombre très structurante sur le comportement des acteurs collectifs. Elle est évoquée de nombreuses fois par des acteurs du Marlborough pour justifier l'impossibilité de lutter contre la surproduction.
- 3) La décision apporte une base solide à la priorité qui sera accordée à l'exportation en renforçant les incitations quantitatives pour les producteurs.
- 4) La décision illustre la nature de *common law* de l'environnement législatif en Nouvelle-Zélande (cette décision de la commission de commerce est comparable à celle d'un tribunal).

L'effet de cette décision n'apparaît finalement pas défavorable aux producteurs, qui ont gagné en pouvoir avec l'essor de l'industrie lié aux succès à l'exportation. Depuis, le niveau de cohésion entre les deux «*familles*» de la filière est particulièrement élevé (entretien avec Barker).

² Les décisions de la Commission de commerce sont contraignantes, mais son fonctionnement est toutefois différent de celui d'un tribunal : «*The Commerce Commission is New Zealand's competition and consumer practices authority. It operates under the Commerce Act 1986 to maintain competitive market condition in New Zealand. [It] acts differently from a court, having the power to investigate and to negotiate consensus solutions with persons in breach of the Commerce Act.*» (Barker, 2004, p. 277).

18.2 DIVERSIFICATION DES ACTEURS, DOMINANCE INDUSTRIELLE ET EXPORTATION

La dynamique de diversification amène une augmentation et une complexification de l'ensemble des rivalités et, par conséquent, de la gestion de la ressource. Ce sont surtout les caves de petite taille qui deviennent plus nombreuses. À titre d'exemple, en 2008, 90 % des caves sont de petites caves, alors que la majorité de la production est assurée par les plus grandes : six caves assurent 75 % de la production (Lewis, 2008, p. 109-110).

Corollaire du dynamisme de l'industrie, l'évolution du nombre de producteurs est frappante : entre 2003³ et 2009, leur effectif passe de 634 à 1117, pour redescendre brutalement à moins de 800 unités en 2011 (NZW, 2005, p. 21 ; NZW, 2014, p. 22), au lendemain d'une crise de surproduction dans le contexte peu clémente de la crise financière globale de 2008. Cette volatilité révèle les très fortes incitations (prix du raisin) pour les producteurs en période de surchauffe et leur contribution à une production qui devient hors de contrôle. L'essor des producteurs, et donc des volumes, répondant aux incitations d'un marché en pleine expansion, engendre de nouvelles rivalités, notamment entre les valeurs symboliques (réputation de l'appellation, vin typique) et les flux de revenus qu'il est possible d'obtenir à court terme par le biais de rendements excessifs et dommageables à la qualité du raisin. Cela se traduit essentiellement par la rivalité entre différents types de caves, les grandes s'opposant aux plus petites (voir *infra*).

Par ailleurs, l'ensemble de l'appareil de production (de raisin comme de vin) est concentré entre les mains de grands exploitants, même si cette concentration est légèrement plus faible chez les producteurs de raisin (PwC, 2011, p. 31).

L'évolution du nombre d'acteurs dans chaque catégorie, durant cette période, comprend également ceux qui sont parvenus à « *se mettre à leur compte* » et à opérer la difficile transition (besoin d'infrastructure, assise financière, reconnaissance de la marque et débouchés, etc.) du statut de producteur de raisin à celui d'encaveur.

Malgré cette diversification, la filière est marquée par une relative concentration industrielle. Cinq entreprises se partagent 80 % de la production en 1998, selon Stewart (2008, p. 407). Le CEO de NZW évoque un niveau inférieur : « *the level of large companies varies around 60 % of the production and covers currently 66 % of the sales* ». À titre de comparaison, avant qu'elle ne soit rachetée, la principale entreprise viticole kiwi, Montana, contrôlait à elle seule plus de 40 % du marché. Couplée au poids massif de deux multinationales (Pernod Ricard et Constellation), cette concentration relative favorise l'orientation vers l'exportation qui correspond bien aux intérêts de ces dernières. Ces sociétés peuvent en effet écouler les autres marques (c'est-à-dire non kiwi)

³ La première année où les données sont disponibles.

et des vins meilleur marché de leur portfolio sur le marché néo-zélandais, dans lequel elles sont solidement implantées. Certaines caves évoquent avec cynisme un marché fait de consommateurs «*undiscerning*» (dépourvu de capacité de discernement) en Nouvelle-Zélande, qui se préoccupent surtout du prix et moins de la provenance du vin. Le CEO de NZW indique que le prix moyen de la bouteille en supermarché est de 10 NZ\$ (environ 7,00 CHF, au taux de 1 NZ\$ = 0,70 CHF au 24 juin 2017), soit un niveau impossible à tenir avec les coûts de production de la Nouvelle-Zélande, et qui explique l'orientation vers les marchés étrangers où réside le potentiel de croissance. On peut donc considérer que le marché domestique est globalement abandonné à cause de son tropisme vers les vins bon marché, ce qui semble traduire des dispositions de réception peu développées.

Enfin, la deuxième partie des années 2000 est marquée par l'entrée en scène de nouveaux acteurs, tels que des entreprises de vinification à façon, tournées essentiellement vers les marchés de masse et qui permettent la production de «*labels fantômes*» (voir le cas de Indavin s'agissant du Marlborough). Ou encore les exportateurs de vrac en grandes quantités («*bag in a boat*»), qui permettent à la grande distribution étrangère de créer ses propres labels. L'apparition de ces nouveaux acteurs est en partie liée à l'emprise du capital étranger dans la ressource (voir *infra*).

18.3 LES ACTEURS RÉGIONAUX

Plusieurs régions de production distinctes émergent et se différencient parallèlement au développement de l'industrie nationale. Selon Lewis: «*Production is strongly marked by regional diversity, regionalised development trajectories, increasing regional specialisation, and a strong sense of regional identity*» (2008, p. 106). La production s'est historiquement développée à l'est de l'île du nord, dans les régions de Hawkes Bay et de Gisborne, puis plus tard dans la Wairarapa Valley, dans le sillage de la ville de Martinborough, où sont apparus les premiers pionniers de la qualité dès les années 1980 (Overton & Murray, 2014b). Le centre de gravité géographique (en termes de volume produit) s'est ensuite largement déplacé vers l'île du sud, avec le développement très rapide au nord-est de la région du Marlborough, le développement de Central Otago dans le Sud et, dans une moindre mesure, l'expansion de la Waipara Valley sur la côte est.

Depuis l'essor du Marlborough à la fin des années 1990 toutefois, aucune dynamique régionale ne peut être pensée indépendamment de celui-ci. Premièrement, d'un point de vue externe, parce que tous les regards (et donc les marchés) étrangers sont tournés vers le Marlborough quand ils regardent la Nouvelle-Zélande. Deuxièmement, d'un point de vue interne, parce que le Marlborough concentre les très grandes *wineries* qui encavent des parts croissantes de raisin des différentes régions (du sud), notamment de

Central Otago. Enfin, parce que les entreprises (*wineries* et producteurs) qui y sont implantées sont des contributrices nettes à la principale institution de l'arrangement national (voir point suivant; CEO NZW).

Les principales rivalités qui opposent les régions renvoient à leurs stratégies de différenciation et peuvent être aussi bien symboliques (réputation de l'appellation, vin d'exception comme Martinborough et Central Otago, ou vin typique pour le Marlborough sauvignon blanc) que sensorielles (arômes spécifiques, expression du terroir, ou combinaison des deux comme avec le pinot noir de Central Otago, de Marlborough ou de Martinborough). On verra plus loin que l'arrangement peut déployer de très fins équilibres pour stabiliser les rivalités régionales, comme le montre l'exemple du Southern Pinot Workshop.

18.4 ACTEURS ÉTRANGERS (CAPITAL ET CONSOMMATEURS)

La stabilité relative du nombre de grandes caves depuis une vingtaine d'années masque un jeu de fusions et d'acquisitions important (Lewis, 2008; Stewart, 2010; Overton & Murray, 2014a) et surtout, l'emprise croissante d'entreprises et de capitaux étrangers, essentiellement parmi les plus grandes caves. L'ouverture la plus symbolique a été la reprise de Montana, la plus grande cave kiwi jusqu'alors, par le groupe international Pernod Ricard en 2005 (indirectement, puisque le groupe s'est emparé plus précisément de son rival britannique Allied-Domech qui avait lui-même acquis Montana en 2001, *NZ Herald*, 2012). Des estimations récentes indiquent qu'entre 70 % (Overton & Murray, 2014, p. 33) et 80 % (Hall & Baird, 2014a, p. 115) du volume de vin produit est contrôlé par des intérêts étrangers.

Cette ouverture de la ressource s'accompagne de puissantes rivalités entre *wineries* pour les services symboliques (tirés de la réputation de l'appellation Marlborough sauvignon blanc (MSB) essentiellement, ou NZ) et les revenus, dans la mesure où les multinationales du vin n'utilisent pas le vin kiwi pour produire du «*générique*», mais pour vendre un vin de niveau premium affichant son origine néo-zélandaise : ce sont donc bien des services symboliques qu'elles recherchent.

Les grandes caves sont par ailleurs en rivalité croissante avec les petites. Si la création du Wine Institute avait mis un terme provisoire à cette rivalité en 1975, celle-ci semble se réactiver depuis les années 2000 avec l'accroissement de la part étrangère dans le capital des grandes caves. Même si celles-ci recherchent globalement la rente de l'appellation NZ ou MSB, l'industrie assiste à un accroissement des exportations de vrac (qui n'est pas forcément, et de loin, du vin indifférencié, mais qui peut être vendu en premium après mise en bouteille en Angleterre par exemple), ce qui préoccupe les petites caves qui considèrent qu'elles assurent la contribution à la production de valeurs symboliques (l'image de qualité), alors que les exportateurs de vrac pillent et détruisent cette image en exerçant une pression insoutenable sur les prix de vente (Prince & Lewis, 2013; Spratt *et al.*, 2012).

D'une part, les grandes caves produisent de plus en plus (voir ainsi l'adaptation en 2008 des critères quantitatifs définissant les caves de 3^e catégorie dans la représentation de NZW) et, d'autre part, elles n'ont souvent pas le même marché de destination : les petites sont axées sur le marché local et elles ne disposent parfois pas des volumes ou des canaux de distribution pour l'exportation (Stewart, 2010, p. 309).

Les responsables de la filière considèrent toutefois que ces rivalités sont relativement marginales, que le marché du vrac recouvre des réalités très différentes (selon les différentes qualités du vin) et qu'il est utile pour la satisfaction d'une demande croissante (Direction NZW).

18.5 LES ACTEURS PUBLICS

Selon la direction de la filière, le gouvernement doit se tenir le plus à l'écart possible des choix et des pratiques de l'industrie. Pourtant, plusieurs ministères (essentiellement *Agriculture* et *Business & Innovation*) sont impliqués à des degrés variables dans la construction institutionnelle du secteur qui s'opère durant le xx^e siècle. Il apparaît même que de nombreuses décisions clés pour l'industrie se prennent au niveau du gouvernement directement, qu'il s'agisse du système de la recherche, du système de licence ou encore des primes à l'arrachage de 1985 (Barker, 2004). On peut relever en outre que le ministère en charge de l'agriculture s'intitule désormais Ministry of Primary Industries, ce qui souligne, s'il le fallait, la conception largement industrielle du secteur primaire.

Enfin, l'agence nationale de promotion économique, New Zealand Trade & Enterprise (NZTE)⁴, un acteur parapublic – des membres du ministère siègent au sein de son conseil d'administration –, joue un rôle important dans le développement de la filière. L'agence est active aussi bien à l'origine et/ou qu'en soutien d'initiatives propres à l'industrie nationale ou régionale (comme le Southern Pinot Workshop, la Pinot Celebration, etc.) ou en collaboration entre l'industrie et le gouvernement (ainsi le projet *Complexity*, voir *infra*).

Contrairement au discours industriel officiel, il semble que les acteurs publics ont jusqu'ici apporté un soutien parfois décisif pour « corriger » les erreurs du marché du vin (voir régime actuel *supra* et arrangement national *infra*). Dans l'ensemble, l'État (le gouvernement plus précisément) est un acteur essentiel de la mise sur pied, depuis les années 1970, d'une structure corporatiste très forte dans un cadre libéral qui s'affirme (programme néolibéral des années 1980, décision de la Commission de commerce s'opposant aux négociations des prix de la vendange en 1991, etc.). L'entrée en vigueur du *Wine Act*, à la suite d'un fort *lobbying* de l'industrie par le biais de NZW (Lewis, 2008, 2014), scelle l'autonomie de l'industrie dès les années 2000.

⁴ «NZTE is the Government's international business development agency. Our purpose is to help New Zealand businesses grow bigger, better, faster in international markets» (<https://www.nzte.govt.nz/about>).

CHAPITRE 19

L'ARRANGEMENT NATIONAL DEPUIS 2002

Nous appliquons ici le concept d'arrangement de régulation local au niveau *national*. Cette approche demeure, en l'état, indiscutablement pertinente pour rendre compte de la façon dont les jeux d'acteurs ont mené à la stabilisation d'un certain arrangement institutionnel à l'échelle du pays. Cet arrangement est constitué de multiples « pièces » institutionnelles qui ne sont pas des éléments constitutifs du régime. Il s'agit clairement d'un ensemble de régulations formelles et informelles (même si la majorité d'entre elles sont formalisées) qui complètent essentiellement le régime et la réglementation sectorielle.

Concrètement, cet arrangement est orienté vers la croissance de l'industrie et vers l'exportation. Les acteurs impliqués attendent de la ressource qu'elle produise une diversité de valeurs, aussi bien symboliques, sensorielles qu'économiques (revenus), et que celles-ci soient accessibles au plus grand nombre possible d'acteurs. Certaines « pièces » institutionnelles (groupes, clubs, associations, etc.) complètent l'arrangement autour de l'organisation faïtière, en renforçant la production de valeurs symboliques notamment.

19.1 L'ORGANISATION FAÏTIÈRE DE LA FILIÈRE

Une analyse des ressorts du tournant vers l'exportation et de l'explosion de la croissance de l'industrie souligne la dynamique de « *reregulation* » qui s'est mise en place, au-delà des politiques de libéralisation du commerce. Celle-ci est caractérisée notamment par de nouveaux modes de coordination entre les entreprises viticoles et avec l'État ainsi que par le développement de nouveaux savoir-faire et de la technologie vitivinicole (Barker *et al.*, 2001).

Barker souligne que, paradoxalement, à l'instar des subventions à l'arrachage de 1986, les mesures de libéralisation n'effacent pas le soutien des pouvoirs publics : le gouvernement consolide sa relation avec NZW, notamment pour mettre sur pied des campagnes de marketing dans différents marchés étrangers (2004, p. 258 ; voir aussi Lewis, 2013).

Cette nouvelle forme de coordination se retrouve dans les «*pièces*» institutionnelle principales de l'arrangement national, qui définissent l'organisation de la ressource, et ne relèvent pas de la législation vitivinicole, mais d'une «*gouvernance associative*» (Lewis, 2008; Prince & Lewis, 2013). Il s'agit des organisations collectives des producteurs de raisin et des encaveurs, qui s'insèrent dans leur organisation faîtière, créée en 2002.

19.1.1 Grape Grower Council (GGC)

Le Grape Grower Council (GGC) est l'organe collectif des producteurs de raisin. Il a été fondé durant les années 1960 à Gisborne, alors que la différenciation de l'industrie se précisait *via* la diffusion du modèle de production de raisin sous contrat (Barker, 2004, p. 271). Son conseil de direction (*board*) est composé de cinq directeurs (et cinq membres suppléants) élus sur une base régionale proportionnelle, favorable aux plus importantes régions de production : un membre et un suppléant pour chaque grande région (Gisborne, Marlborough, Hawke's Bay), un membre suppléant pour les autres régions de l'île du sud, un membre suppléant pour les autres régions de l'île du nord, un président et un vice-président (PwC, 2011, p. 31). Le GGC est financé par le biais de cotisations obligatoires, définies par le *Commodity Levies Act* de 1990¹, prélevées auprès de chaque producteur de raisin et calculées en pourcentage de la valeur vendue (0,75 % actuellement, voir PwC, 2011).

19.1.2 Wine Institute of New Zealand (WINZ)

Le Wine Institute of New Zealand (WINZ) est l'organe collectif des encaveurs (*wineries*). Il a été fondé en 1975, afin de réunir à nouveau les grandes et les petites caves du pays. Les cotisations (et donc l'appartenance) sont également obligatoires (*Wine Makers Levy Act* de 1976, puis *Wine Act* de 2003) pour chaque cave mais, contrairement au GGC, les contributions sont prélevées en fonction du volume vendu (à hauteur de 2,5 cents par litre, voir PwC, 2011). À la différence encore du GGC, l'appartenance à WINZ n'est pas déterminée par l'origine régionale mais l'est en fonction de la taille. Les caves sont divisées en trois catégories. La première pour celles dont le volume est inférieur à 200 000 litres (614 caves en 2014), la seconde pour celles dont le volume est compris entre 200 000 et 4 millions de litres (69 caves en 2014) et enfin, la troisième catégorie pour les caves dont le volume excède 4 millions de litres² (16 caves en 2014).

¹ *Commodity Levies Act*, 1990, Public Act N° 127, Date of assent 7 September 1990.

² Jusqu'en 2008, la troisième catégorie débutait au-dessus de 2 millions de litres, mais le nombre de cave dépassant ce volume ayant explosé, le seuil a été porté à 4 millions afin de maintenir relativement stables les proportions de caves dans chacune des catégories et, incidemment, de ne pas avoir à modifier la clé de répartition des sièges à la direction de WINZ. Cela en dit long sur la pente de la croissance du volume produit par la Nouvelle-Zélande et sur celle des grandes caves.

Le conseil de direction de WINZ compte sept directeurs (et trois suppléants) attribués entre ces trois catégories, selon une clé de répartition favorable à la troisième (trois sièges de directeurs), alors que les deux catégories de caves les plus petites ont droit à deux sièges respectivement (PwC, 2011). Autrement dit, si l'on considère le nombre de caves dans chaque catégorie, on constate que 2 % des membres (catégorie 3) disposent de 43 % du pouvoir au sein de la direction, que les 10 % suivants (catégorie 2) contrôlent 28,5 % et que les 88 % restants (catégorie 1) contrôlent 28,5 % également. Cette asymétrie et le mode de financement de l'association conduisent Stewart à conclure que :

« From its foundation and funding through a compulsory production levy dictated by volume, the Wine Institute of New Zealand was structured in favour of large producers. Their dominance over the funding mechanism was a potential source of selective influence, as was the nature of executive committee representation. »
(2010, p. 310)

19.1.3 New Zealand Winegrowers (NZW)

« Around the world, New Zealand is renowned for its exceptional wines. »
(Mantra marketing de NZW en 2014)

En 2002, les deux organisations professionnelles s'associent sous une structure faitière, New Zealand Winegrowers (NZW; le néologisme « *winegrowers* » signifiant littéralement « *ceux qui font pousser du vin* »).

Cette structure faitière n'a pas de statut juridique autre que celui d'association, mais elle a rapidement acquis une puissance décisive dans la définition de la ressource au niveau national. C'est le principal canal de *lobbying* de l'industrie auprès de l'État (Lewis, 2008) qui lui a, en retour, accordé une capacité de régulation majeure sur la ressource.

Elle est financée par les contributions des deux organisations de « famille », par des sponsors ainsi que par les activités payantes qu'elle organise (Barker, 2004, p. 272). NZW pilote les activités de l'ensemble de la branche : « *The parent bodies continue to operate as separate voting colleges and funders of New Zealand Winegrowers, although operational activities are conducted on a combined basis through the united organisation* »³.

Suivant les canons de la novlangue du management, NZW définit sa vision, ses missions et ses buts en ne laissant planer aucun doute sur la priorité donnée à l'exportation, à la compétitivité des vins néo-zélandais et à la croissance du secteur :

« Our vision: around the world, New Zealand is renowned for its exceptional wines. Our mission: to create value for our members. Our purpose: to protect

³ <https://www.nzwine.com>.

the competitive position of wine from NZ; to support the profitable growth of wine from NZ. Our Activities: advocacy, research, sustainability, marketing.» (NZW, 2014)

Douze directeurs siègent au conseil de direction de NZW, soit les sept issus de WINZ et les cinq du GGC. Le Tableau 13 présente les membres de NZW, leurs contributions respectives (en volume pour les uns, en valeur pour les autres) ainsi que leur importance relative dans l'organisation.

Tableau 13 Répartition des membres et des contributions

	Nombre dans la catégorie	Total des cotisations payées (\$)	Proportion des membres (%)	Cotisations payées (%)
Producteurs	1 087	1 500 000	60,8%	21,3%
Caves 1	619	456 000	34,6%	6,6%
Caves 2	73	1 995 000	4,1%	28,4%
Caves 3	10	3 070 000	0,6%	43,7%
Total	1 789	7 030 000	100%	100%

Tiré de PwC 2011, p. 35

Il apparaît clairement que les plus grandes caves assurent une part majeure des contributions, alors qu'elles représentent moins de 1% du nombre de membres.

Les auteurs du rapport d'analyse stratégique de NZW (dont est tiré ce tableau) concluent quant à eux bien évidemment que – en termes de contribution économique – les producteurs et les plus petites caves, qui représentent 95% des membres, sont largement surreprésentés au sein des organes de direction de NZW (PwC, 2011, p. 31)⁴. Or, la remarque de Stewart concernant le risque d'« *influence sélective* » qu'un tel déséquilibre des contributions risque de faire peser sur les choix collectifs est tout aussi pertinente ici. La réalité sociale des rapports de force dans ce type d'organisation collective confirme le risque de biais en faveur de celui qui paye le plus (voir ainsi le choix des vigneron-encaveurs de Fully en Valais qui ont adopté à dessein un mode de financement de leur organisation qui est indépendant du volume encavé). Dans le cas de NZW, ce biais est largement renforcé par les contrats qui lient la plupart des producteurs à quelques grandes caves: « *As most winegrowers rely*

⁴ Ce qui les amène, entre autres raisons, à proposer une réforme de la composition des organes de GGC, WINZ et NZW qui rééquilibre – sur un principe de contribution économique – le nombre de sièges, en favorisant le Marlborough parmi les producteurs, les grandes caves parmi les caves et enfin, les caves dans la direction de NZW (PwC, 2011, p. 33).

on large corporate processors to buy their grapes, [the amalgamation of GGC and WINZ into NZW] *gives NZW an overwhelming weight of interest in corporate activities*» (Stewart, 2010, p. 311). Enfin, un projet très récent de refonte de la gouvernance de NZW⁵ va introduire l'élection directe des membres du conseil de direction (cinq membres élus sur une base «*un homme = une voix*», et cinq autres élus sur une base «*1 \$ de contribution = une voix*»). Cela aura pour effet, tout d'abord, de lever la garantie de représentation accordée aux producteurs de raisins – donc aux régions de production – *via* l'élection par le GGC. Cette perte de représentation sera compensée par la création d'un conseil régional, mais au statut seulement consultatif. Ensuite, il apparaît évident que, dans la pratique, ce nouveau mode de représentation sera plus favorable aux gros contributeurs (grandes caves et aux grands producteurs de raisin) (CEO NZW).

Par conséquent, l'orientation de la ressource par NZW se fonde sur un rapport de force interne qui est favorable aux grandes entreprises d'encavage et, de par la concentration géographique de ces dernières et des grands producteurs de raisin, favorable au Marlborough⁶.

19.2 TRAVAIL DE L'ORGANISATION FAÏTIÈRE SUR LA RESSOURCE

Le maintien de la croissance des flux de revenus pour l'ensemble des acteurs de la filière est un des objectifs majeurs de l'organisation nationale. Il est clairement affiché dans les buts de l'association («*to protect the competitive position of wine from NZ, to support the profitable growth of wine from NZ*»), et se traduit plus concrètement par l'objectif d'atteindre une valeur totale d'exportation de 2 milliards de \$NZ en 2020⁷. Cet objectif pourrait être dépassé si l'on en juge par la courbe de croissance actuelle des exportations: +10% en 2014, à 1,33 milliard de \$NZ pour 190 millions de litres. Cette croissance amène la direction de NZW à mettre l'accent sur la défense de l'excellente réputation des vins kiwis («*premium reputation*») une valeur symbolique décisive sans laquelle la progression des volumes ne parviendra plus à produire des flux de revenus (NZW, 2014, p. 2).

NZW assure un *lobbying* intense pour défendre les intérêts financiers de la filière face à l'évolution de la législation, notamment dans le domaine de la publicité pour l'alcool et des activités de *sponsoring*, et plus généralement contre l'augmentation des prélèvements (les «*excises*», des taxes à la vente) (Barker, 2004, p. 274; NZW, 2014, p. 4). Globalement, NZW défend un cadre de régulation libéral, le moins contraignant possible, même face aux usagers qui

⁵ NZW Magazine, April-May issue, p. 6-7

⁶ Le projet en cours – juillet 2015 – de remaniement de la gouvernance de NZW prévoit la création d'un conseil "régional", consultatif, afin que les différentes régions disposent d'un forum de représentation qui permette d'intégrer les enjeux régionaux dans la stratégie de NZW (NZW Magazine, April-May issue, p. 6-7).

⁷ Winegrower Magazine, August/September 2010, p. 20.

ne contribuent pas à l'entretien de la ressource et se contentent d'en prélever les fruits, notamment la réputation :

« Our small influence is to lobby government to adapt the main framework. But we have taken in a general sense a pretty liberal view about that legal framework: there should be protection about health and safety, product integrity, but apart from that people should be able do what they want to do. Free riding is a fact of life. [...] It's up to the wineries, to the businesses to do things. We cannot tell them to do such and such. » (Directeur NZW)

Pour atteindre l'objectif de rentabilité et de croissance de la filière, NZW mène plusieurs initiatives et organise de nombreux événements de promotion tournés vers l'étranger, essentiellement axés sur la production de valeurs symboliques et économiques par la ressource « *vin de Nouvelle-Zélande* ». En revanche, le travail de NZW ne porte quasiment pas sur la production de valeurs sensorielles, sauf dans un cas que nous allons examiner tout d'abord.

19.2.1 Les valeurs sensorielles du Marlborough sauvignon blanc (MSB)

Un seul projet – majeur – semble avoir canalisé l'ensemble de l'effort pour des valeurs sensorielles. Il a été financé afin d'identifier les facteurs de développement des précurseurs aromatiques du MSB :

« Over the past 18 months we have supported establishment of the Marlborough Wine Research Centre and the initiation of the Sauvignon Blanc Flavour and Aroma project (worth \$14,5 m over 6 years). The benefits of these initiatives are now becoming apparent. They have exponentially increased the research effort in the industry as well as co-operation between researchers, growers and winemakers. Over the coming year, the industry will see some exciting results from these developments. » (NZW, 2005, p. 11)

Ce projet a permis de détailler, pour le MSB, les recherches existantes sur les précurseurs aromatiques du sauvignon blanc (voir Encadré 28).

Encadré 28. La typicité du sauvignon blanc et du MSB.

Les 4-mercapto-4-méthylpentan-2-one (4MMP), 3-mercaptohexan-1-ol (3MH) et 3-mercaptohexyl-acétate (3MHA), 2-méthoxy-3-isobutylpyrazine (MIBP) et 2-méthoxy-3-isopropylpyrazine (MIPP) sont des thiols⁸. Ce sont des composés chimiques identifiés, depuis les

⁸ ROLLAND A., CAVELIER F., SCHNEIDER R. (2012), *Les thiols variétaux dans les vins : point sur les voies de biogenèse et incidence des itinéraires de production et d'élaboration*, Actes du colloque international sur les arômes du vin, Toulouse, 20 novembre 2012. IFV Sud-Ouest, p. 11-14. Les actes du colloque donnent un large aperçu des recherches sur les techniques favorisant l'expression

années 1980, comme les « *composés clés de l'arôme des vins jeunes issus de différents cépages [...] Ils sont présents à l'état de traces dans certains vins de *Vitis Vinifera* auxquels ils confèrent des odeurs agréables de bourgeons de cassis, de fruit de la passion et de pamplemousse* » (Roland *et al.*, 2012, p. 11). Ils sont à la base des expressions aromatiques qui influencent le profil sensoriel des vins petite arvine (surtout 3MH), sauvignon blanc (surtout 4MMP), gewurztraminer, muscat, riesling, scheurebe, sémillon, ou encore des rouges comme le grenache, le merlot ou le cabernet sauvignon. Les 3MH et 3MHA évoquent surtout les arômes d'agrumes et de fruit de la passion, alors que les 4MMP évoquent le buis, le bourgeon de cassis et le pipi de chat (Roland *et al.*, 2012 ; Pineau *et al.*, 2011).

Outre ces arômes de fruit, d'agrumes et de plantes, le sauvignon blanc est également marqué par des composés aromatiques qui lui donnent un caractère sensoriel vert/végétal/herbacé (selon la terminologie) et qui évoquent le poivron vert et l'asperge. Il s'agit des 2-methoxy-3-isobutylpyrazine (MIBP) et 2-methoxy-3-isopropylpyrazine (MIPP) (Pineau *et al.*, 2011).

Concrètement, les molécules qui apportent ses arômes variétaux au vin proviennent de « *précurseurs inodores présents dans les raisins et les moûts* », précurseurs qui sont transformés durant le processus de fermentation et gagnent leur caractéristique aromatique (Roland *et al.*, 2012, p. 11).

En termes d'articulation des savoir-faire de production avec les infrastructures, deux enjeux sont centraux lorsque la ressource s'appuie notamment sur ces cépages : 1) des conditions de production viticoles favorisant la présence des précurseurs au sein du raisin et 2) des techniques de vinification qui optimisent la conversion des précurseurs présents dans le raisin en composés aromatiques.

C'est précisément sur ces deux enjeux qu'a porté le travail de recherche financé conjointement par NZW et des entreprises de l'industrie viticole en Nouvelle-Zélande (14,5 millions de \$NZ au total, sur une période de six ans), dans le cadre du *Sauvignon Blanc Flavour and Aroma project* (NZW, 2005, p. 11).

Une synthèse de l'ensemble des résultats de cette recherche a été rassemblée dans un ouvrage grand public (Goode, 2012). Ce projet a conduit à la création d'un centre de recherche (le Marlborough Wine Research Centre). Il a permis de définir dans un premier temps quel est le profil sensoriel qui caractérise un MSB typique, au goût si distinctif parmi les sauvignons blancs du monde. Le MSB se distingue, dès les premiers millésimes de la région, par des caractéristiques sensorielles exclusives, marquées par la combinaison d'une très

des arômes du vin : <http://www.vignevin-sudouest.com/publications/itv-colloque/aromes-vin-projet-vinaromas.php>.

forte puissance aromatique et d'une acidité soutenue, qui distingue notamment le MSB des sauvignons blancs français (par exemple ceux de l'AOC Sancerre, bien plus minéraux et avec des arômes évolués). Le projet a permis de conclure que les MSB affichent de façon régulière – se distinguant ainsi dans le paysage des sauvignons blancs internationaux – la concentration la plus élevée en MIBP (poivron vert), 3MH et 3MHA (fruits exotiques, agrumes) (Pineau et al. 2011, p. 359).

Les descripteurs les plus courants sont des fruits tropicaux, fruits de la passion, groseilles à maquereaux, citron vert, de la fraîcheur et une acidité « croquante », enfin de la verdeur et un caractère herbacé d'arômes de (feuilles de) tomates vertes, de poivron vert, ou encore d'asperge. Des descripteurs sensoriels moins flatteurs, comme le pipi de chat ou la sueur, font régulièrement partie de la liste. Un léger sucre résiduel (<5 gr/l) en bouteille vient souvent adoucir cette puissante acidité. En résumé, la typicité du MSB est caractérisée par une combinaison entre acidité, arômes verts/herbacés et un fruité intense.

Le projet a donné lieu à de nombreux travaux de recherche, menés en partenariat par les structures faitières de l'industrie et par les entreprises elles-mêmes (notamment Pernod Ricard dans le Marlborough). Après avoir isolé les principaux précurseurs aromatiques du MSB, ces travaux se sont attachés à identifier les facteurs géoclimatiques et les pratiques viticoles et de vinification qui en renforcent la présence et l'expression.

Fait particulier et révélateur de l'importance de la dimension industrielle dans l'« effet terroir » du Marlborough, les chercheurs du Marlborough Wine Research Centre, en se concentrant sur la transformation de précurseurs en composés aromatiques, ont identifié que les vendanges mécaniques – un des traits d'une viticulture industrielle – avaient un effet positif sur le développement des arômes recherchés. En blessant les baies, la vendange mécanique en Marlborough favorise le processus de transformation des précurseurs aromatiques :

« Almost certainly, there is a window of time in machine harvesting, that can be anywhere between 3h and 12h pre-pressing that the machine-harvested fruit is sitting around as detached berries. If they are detached berries or have been squashed, they have undergone a wound response. There are potential gene expression changes taking place. 3 hours is all we need to cause a spike in the levels of these enzyme. » (Goode, 2012, p. 1093)

Pineau *et al.* (2011) ont quant à eux mis en évidence l'effet positif sur la typicité d'une maturité élevée du raisin et de l'ajout de sucre dans le moût lorsque la maturité est moyenne. Ce qui est une bonne nouvelle pour les producteurs en cas de saison peu propice.

Le but de ce projet de recherche sur les arômes, porté par l'organisation de la filière et l'industrie du Marlborough, consistait à augmenter les savoir-faire locaux (*i. e.* techniques de production et de vinification adaptées à une localisation bien spécifique du raisin) pour les mettre à disposition de chaque

acteur, permettant à chacun d'en faire l'usage correspondant à son style. On peut enfin relever que les connaissances obtenues sont utiles pour développer de nouveaux types de vins, comme les vins à faibles teneurs en alcool (vins « *lifestyles* », voir *infra*) : le raisin étant cueilli avant la pleine maturité pour limiter le niveau de sucre et donc d'alcool, il est également moins riche en précurseurs aromatiques. Il convient ainsi d'optimiser leur conversion durant la vinification, ce à quoi la recherche sur les facteurs favorisant l'expression de la typicité du MSB a été très utile comme le relève le *winemaker* de Pernod Ricard (entretien).

En plus des savoir-faire techniques détaillés dont peuvent désormais bénéficier les œnologues kiwis impliqués dans la vinification, ou les commerciaux actifs dans la distribution, un *output* utile et pratique consiste en un « *disque à typicité* » du MSB⁹. Y sont listés par famille tous les arômes qui font la typicité du MSB. Le revers du disque indique quant à lui le niveau de concentration du composé aromatique qui correspond au standard de référence et, dans le cas d'arômes plus complexes, les recettes pour composer des échantillons d'étalonnage, dans des solutions alcooliques, afin de disposer de l'arôme de référence standard durant la vinification.

Par exemple, pour produire un étalon de 100 ml de l'arôme du pipi chat standard du MSB, il convient de préparer une solution constituée à 50 % de vin de base de sauvignon blanc et 50 % d'eau, contenant 1,00 µg/L de 4-mercapto-4-méthylpentan-2-one.

Pour l'arôme « *tropical* », la recette est plus complexe : il faut 40 ml de « *Golden Circle Mango nectar* », 40 ml de « *Golden Circle Golden Pash drink* » et 200 ml de « *Just Juice Mandarin Passionfruit juice* », (tous ces jus se trouvent au supermarché), ajoutés à une quantité égale de vin de base de sauvignon blanc.

L'investissement massif que constitue ce projet en faveur de valeurs sensorielles du sauvignon blanc (dans les faits, essentiellement du MSB) souligne indirectement la prédominance (des acteurs) du Marlborough dans l'arrangement national de la ressource au niveau national.

19.2.2 Les valeurs symboliques des vins « *lifestyle* »

Un des deux projets de recherche majeurs menés par NZW vise à produire des vins dits « *lifestyle* », à faible teneur en alcool (ou en calories, selon la perspective).

Il s'agit de développer des outils pour maîtriser aussi bien à la vigne qu'à la cave les niveaux d'arômes, d'alcool et de calories sans recourir aux techniques industrielles déjà disponibles, qui consistent à enlever de l'alcool au vin fini (par osmose inverse, par exemple).

⁹ Disponible à <https://www.nzwine.com/en/innovation/innovation-new-zealand-wine/the-science-of-sauvignon-blanc/>.

Ce projet de recherche central pour la stratégie de NZW est financé à hauteur de 17 millions de \$NZ au total pour une durée de sept ans, avec un soutien conséquent (et inhabituel) de l'État: le Ministry of Primary Industries contribue en effet à hauteur de 8,1 millions, tirés sur un fonds de recherche pour la croissance dans le secteur primaire; le NZW participe quant à lui à hauteur de 2,8 millions, auxquels s'ajoutent les contributions en *cash* et en nature des caves qui y participent (6,1 millions)¹⁰.

Ce programme vise des consommateurs dont les dispositions de réception pour le vin sont alignées sur des préoccupations relatives à la santé. Ce segment du marché, dans lequel les femmes occupent une place importante, dispose d'un potentiel de croissance international important selon le directeur de NZW. Le contexte politique qui accorde une place majeure aux préoccupations de santé publique, tout particulièrement en Nouvelle-Zélande, compte tenu de l'historique de tempérance qui a marqué le pays, mais également aux États-Unis ou en Europe, renforce l'intérêt que l'industrie porte à ce segment du marché et, par conséquent, à ce projet de recherche.

L'augmentation du niveau d'alcool des vins sur le marché mondial (avec des rouges qui atteignent fréquemment 14% vol.) – due en partie à une meilleure maîtrise de la maturité du raisin et au début de la production dans des régions plus chaudes – est fréquemment présentée comme un sujet de préoccupation par les acteurs, autant en Suisse qu'en Nouvelle-Zélande.

Réaliser des vins à teneur plus faible en alcool ne constitue pourtant pas une nouveauté. Ainsi, les rieslings allemands ont un niveau d'alcool souvent relativement faible, dû à une forte acidité équilibrée par un sucre résiduel important (c'est-à-dire non converti en alcool durant la fermentation). En outre, les technologies post-fermentaires, comme l'osmose inverse, sont des processus courants pour désalcooliser les vins (là où une telle pratique est autorisée).

Un niveau plus faible d'alcool a toutefois un impact (négatif) sur les caractéristiques sensorielles du vin, notamment sur la sensation de gras en bouche (lié au glycérol produit durant la fermentation), la perception de l'acidité ou encore de l'astringence. En outre, ces techniques très «interventionnistes», par les manipulations qu'elles requièrent sur le vin, ont souvent un impact négatif supplémentaire sur les propriétés sensorielles du vin.

Ce programme vise par conséquent à mettre l'accent sur la qualité en trouvant les combinaisons de pratique viticoles et d'usage de levures permettant de réduire le niveau d'alcool (des blancs comme des rouges) tout en maintenant au mieux les arômes et les propriétés sensorielles du vin comme le souligne le directeur de NZW.

¹⁰ NZW *Research into lower alcohol/lower calorie high quality wines Q&A*, 4 p. Cette fiche d'information n'est plus disponible sur le site de nzwine. Pour une présentation de ce projet de recherche ainsi que de l'ensemble projets d'innovation de NZW, voir <https://www.nzwine.com/en/innovation/innovation-new-zealand-wine/lighter-wines/>.

S'il correspond à un segment de marché qui intéresse de nombreuses entreprises, ce projet de recherche soulève toutefois certaines rivalités concernant l'échange de savoir-faire dans ce domaine. Notamment de la part de grandes caves (comme celles propriété de Pernod Ricard) qui ont investi dans ce segment depuis plusieurs années et sont peu enclines à partager les connaissances acquises.

Dans la pratique, ce sont différentes valeurs symboliques qui sont mises en avant pour accentuer la différenciation des vins « *lifestyle* », en fonction des préférences des caves, des types de cépages (plus ou moins appropriés à une telle vinification) et surtout des dispositions de réception des consommateurs sur les marchés ciblés. De fait, les vins à faible teneur en alcool sont également présentés comme plus pauvres en calories. Si ces deux aspects sont favorables à la santé, ils ne s'articulent pas de la même façon avec les valeurs sensorielles et symboliques du vin. La cave Giesen par exemple ne s'intéresse pas à la différenciation de ces vins par l'argument des calories : ses vins pauvres en alcool sont riches en sucres résiduels (*i. e.* récoltés à maturité, mais pas totalement fermentés). En revanche, la marque Brancott Estate de Pernod Ricard recherche des vins également pauvres en sucre résiduel et, surtout, différencie l'étiquetage de son MSB « *léger* » selon le marché de destination et selon les dispositions de réception dominantes des consommateurs sur ce segment : le vin est présenté comme « *low calories* » sur le marché des États-Unis, mais comme « *low alcohol* » partout ailleurs.

19.2.3 Valeurs symboliques de la marque « New Zealand Wine™ » et durabilité

Le principal outil utilisé par NZW pour canaliser le travail sur les valeurs symboliques et l'excellente réputation des vins néo-zélandais est la marque New Zealand Wine™. Celle-ci capitalise sur un historique de « *place branding* » déjà pratiqué par les gouvernements du XIX^e siècle, avec une image de « *scenic wonderland* » centrée sur des paysages pastoraux, disposant d'une notoriété internationale (Hall & Baird, 2014).

La marque est la propriété de WINZ¹¹ depuis 1997. Son premier slogan « *The riches of a clean and green land* »¹², a été simplifié en 2009 pour devenir : « *Pure discovery* », en phase avec le slogan du marketing national promu par le gouvernement : « *100 % pure* » (Hall & Baird, 2014). Cette image de pureté pour vanter la qualité des vins de la Nouvelle-Zélande s'appuie, depuis 1997, sur un label supplémentaire, associé à un programme de certification de durabilité : *Sustainable Winegrowing New Zealand* (SWNZ). SWNZ est basé sur le modèle holistique suisse de production intégrée de Wadenswil (Vitiswiss et label Vinatura en Suisse [voir Viret, 2013]). Basé sur le volontariat, il s'appuie

¹¹ IP Number 239711 & 792404, Intellectual property office of New Zealand.

¹² Littéralement : « *Les trésors d'un pays vert et propre* ».

sur un système d'auto-évaluation, attribuant un certain score de durabilité au producteur et permettant d'identifier les améliorations souhaitables (Hughey, Tait & O'Connell, 2005).

Ce type de certification correspond, au sens large, à la recherche de valeurs symboliques proches de celles de « *vin naturel* ». Toutefois, il s'agit ici d'un outil de marketing qui vise plus généralement à amplifier la croissance – certes « *durable* » – de la filière. Ainsi, il qualifie de durables des pratiques dont le seuil substantiel minimum (en termes d'usage des infrastructures et de savoir-faire) est – paradoxalement – qualitativement plus faible que celui de pratiques de producteurs (néo-zélandais ou suisses) qui recherchent explicitement les valeurs symboliques des « vins naturels » et dont certains n'affichent pas de label de durabilité ou écologique spécifique, quand bien même ils y auraient droit.

SWNZ a été créé en 1994 par les vignerons de la région de Hawke's Bay dans le but initial de prendre connaissance des pratiques de leurs pairs (une centaine d'exploitants) concernant l'usage d'engrais chimiques¹³, un échange de savoir-faire donc. Le programme – basé sur le volontariat – est étendu à l'échelle nationale en 1997, puis complété en 2002 par des standards à destination (de la certification) des *wineries*, lorsqu'il passe sous la direction de NZW. Selon Barker (2004, p. 273), l'extension de SWNZ avait pour objectifs de faciliter la mise en conformité des pratiques viticoles avec les nouveaux critères (et la terminologie) de durabilité du règlement sur la marque communautaire (RMC) de 1991 et de se rapprocher de dispositions de réception de consommateurs de plus en plus favorables à des produits « *sustainable* », notamment au Royaume-Uni.

La question de la durabilité (en termes d'image et de marketing) voit sa place d'élément de différenciation de la ressource se consolider lorsqu'en 2007 NZW se fixe un objectif de 100 % du vignoble du pays certifié par un des labels existants (SWNZ, biologique ou Déméter) d'ici à 2012. L'objectif est quasiment atteint en 2014¹⁴ : 94 % des vignobles sont certifiés SWNZ et 7 % sont certifiés bio.

Le succès fulgurant de ce programme de certification volontaire a une explication plus prosaïque que celle d'un engouement massif pour une vitiviniculture plus respectueuse de l'environnement (et que le site de NZW ne mentionne qu'à moitié) : depuis 2009, NZW a conditionné l'accès aux activités de promotion nationales et internationales (voir plus bas) à l'obtention d'une certification de durabilité (Hall & Baird, 2014b, p. 61 et 66). De fait, comme l'indique le Ministry of Primary Industries¹⁵, NZW est responsable de la mise en œuvre des principaux outils de la législation (*Wine standard management*

¹³ Blog du « *Wine idealist* », critique de vin qui documente les pratiques de vin bio, naturels ou dits durables en Australie et en Nouvelle-Zélande : <https://thewineidealistblog.wordpress.com/tag/swnz/>.

¹⁴ Informations tirées de la section *sustainability* du site de NZW, qui a été remodelé récemment. Pour plus de détails, voir <https://www.nzwine.com/en/sustainability/>.

¹⁵ <http://www.foodsafety.govt.nz/industry/sectors/wine/organisations/>.

plan, Code of practice) ainsi que de la certification à l'exportation (*Wine exporter certification service*).

Ce dispositif en faveur des valeurs symboliques n'a toutefois pas mis un frein à la croissance et la diversification des vins en vrac indifférenciés, qui bénéficient au contraire de ses retombées symboliques (favorables) indirectes. La croissance du vrac s'est développée à un point tel que le pays est passé d'un débat sur la qualité du «*bag in a box*» à celle du «*bag in a boat*» (Prince & Lewis, 2013). Les «*cubi*» de 3 litres commercialisés par les grandes caves durant les années 2000 avaient alors suscité de nombreuses rivalités liées à l'impact négatif sur les valeurs symboliques du vin kiwi. Désormais, ce sont des containers de 24 000 litres (Spratt *et al.*, 2012), sans marque, qui sont exportés directement par des intermédiaires qui les vendent à la grande distribution, laquelle en fera ses propres labels (labels fantômes ou autres «*bullshit bay*»¹⁶).

Pour NZW, qui porte la stratégie de différenciation nationale, le programme SWNZ (ainsi que les autres «*environmental management schemes*» ou EMS, tels que la certification bio ou ISO 14001, voir Hughey *et al.*, 2005) s'efforce d'apporter un modèle de bonnes pratiques, environnementales et économiques pour produire efficacement du raisin et du vin de la meilleure qualité. Il contribue aussi à mettre sur pied une structure d'audit externe «*intègre et rigoureuse*» permettant de correspondre aux exigences du marché (*i. e.* de plus en plus favorables aux vins «*durables*»)¹⁷.

Ici encore, l'accent est porté sur le *storytelling*: pour NZW, la capacité à «*raconter l'histoire de la durabilité*» («*telling the New Zealand sustainability story*») est décisive, et NZW s'active afin que cette histoire soit racontée en ciblant les bons auditeurs. Plusieurs intermédiaires des médias (de journaux du Royaume-Uni spécialisés en vin ou de l'édition chinoise du *National Geographic* par exemple) ont été invités en 2014, expressément dans cette optique, pour «*raconter l'histoire de la durabilité*» (NZW, 2014, p. 14).

Des dissensions existent cependant au sein de l'industrie quant à l'utilité de ces certifications environnementales et certains remettent en question les objectifs même de SWNZ: une récente enquête (2010) menée au sein de la filière révèle que plus de la moitié des répondants considèrent que les pratiques d'un programme de durabilité (SWN ou autre) – et donc le label

¹⁶ L'expression «*bullshit bay*», littéralement «baie des foutaises» est celle du président de Marlborough Winegrowers. Il s'agit des labels développés par les grandes surfaces australiennes pour l'étiquetage des vins en vrac et qui inventent un nom de baie d'une région fictive pour évoquer une origine géographique sur les côtes de la Nouvelle-Zélande, ou, dans le meilleurs des cas, du Marlborough. Une des marques de vin réputée (et de qualité) du Marlborough porte également le nom d'une baie fictive (Oyster Bay), et sachant qu'il s'agit là de vins de qualité, la confusion sur les qualités respectives des différentes dénominations qui renvoient à des baies est savamment entretenue par les créateurs de labels «*fantômes*» (l'autre qualificatif donné aux étiquettes «*bullshit bay*»).

¹⁷ <https://www.nzwine.com/en/sustainability/>.

correspondant – ne procurent pas d'avantage compétitif supplémentaire sur les marchés (Hall & Baird, 2014b, p. 65).

19.2.4 Cibler les dispositions de réception des consommateurs

Face aux consommateurs de la ressource, NZW organise la promotion par le biais de différents événements (NZW, 2014, p. 16-17) qui ciblent les partenaires commerciaux (importateurs, distributeurs, négociants, critiques internationaux etc.), les médias (généralistes, chroniqueurs vins, médias spécialisés, etc.) ainsi que sur ce qu'ils appellent des « *educators influencers* » (sommeliers, restaurateurs, *Masters of Wine*, blogueurs, personnalités etc.).

Ceux-ci sont soit invités (aux frais de NZW, parfois en partenariat avec NZTE), soit conviés aux événements à l'étranger (*educational tastings, major events, promotion events*), ou même enrôlés dans des formations de quelques jours (payantes) débouchant sur un « *Advance certificate in New Zealand wines* » délivré par NZW, réalisés en Asie en 2014.

Il s'agit donc d'un dispositif très élaboré, destiné à la fois à développer (de manière ciblée) les dispositions de réception des consommateurs pour certaines valeurs sensorielles et symboliques de la ressource (vin typique, arômes spécifiques, réputation de l'appellation) et à assurer la croissance des valeurs monétaires.

Chaque événement de promotion est financé en partie selon le principe « *user-pay* », c'est-à-dire que les entreprises qui souhaitent y voir leurs vins représentés payent un droit d'accès (et passent parfois par une dégustation de contrôle, selon la nature de l'événement).

Deux événements annuels sont considérés comme les plus classiques. Il s'agit tout d'abord d'un concours national « *Air New Zealand Awards* », le plus prestigieux concours du pays, aux résultats très médiatisés. La compagnie nationale d'aviation en est le principal sponsor depuis 1987 et propose des vins de Nouvelle-Zélande durant ses vols. Un accord a en outre été conclu récemment entre Air New Zealand et NZW dans le but de promouvoir globalement la Nouvelle-Zélande comme destination d'œnotourisme (NZW, 2014, p. 16). Il s'agit ensuite de la conférence nationale Romeo Bragato (en mémoire au premier expert viticole venu évaluer le potentiel du pays), qui propose des présentations, des ateliers et des dégustations, traite de viticulture autant que de marketing et se conclut par l'attribution de médailles pour les vins dégustés ainsi que par la désignation du meilleur jeune viticulteur du pays¹⁸.

On retient surtout que NZW organise des événements « *user pay* » (d'une durée d'une journée en général) dans les pays identifiés par la stratégie marketing en cours¹⁹. Ces manifestations (dégustation, foire de vin, promotion thématique,

¹⁸ <http://www.bragato.org.nz/conference/programme>.

¹⁹ En 2014, il s'agissait de l'Amérique du Nord, de la Chine, de l'Australie, du Royaume-Uni, de l'Allemagne, de la Suède et des Pays-Bas.

etc.), sont généralement ouvertes au public (contre inscription), mais elles rassemblent également des intermédiaires professionnels spécifiques de la ressource, invités pour l'occasion : des négociants, sommeliers, critiques, distributeurs, grossistes, etc. Certaines de ces manifestations sont parfois exclusivement réservées à un certain type d'intermédiaires/de professionnels, sans accès pour les « *simples* » consommateurs (NZW, 2014, p. 19). Les producteurs néo-zélandais choisissent parmi la quarantaine d'événements organisés durant l'année ceux qui correspondent le mieux à leurs besoins (marché de destination, public cible, etc.) et à leur budget, puis y soumettent leurs vins. Les événements proposés par NZW ne se tiennent que si suffisamment de caves s'y inscrivent. Sans grande surprise, les participants sont principalement des *wineries* issus du Marlborough.

19.2.5 Le discours sur la qualité et l'industrie pour stabiliser les rivalités

L'imaginaire et le discours (*narrative*) de la qualité et de l'« *industrie* » sont des instruments qui permettent de surmonter les rivalités. L'ensemble du dispositif construit et animé par NZW s'appuie essentiellement sur des pratiques de marketing qui donnent certainement une impression de forte densité ou d'épaisseur à l'observateur extérieur. Les entretiens avec les acteurs des *wineries* et avec les représentants de la filière autant au niveau régional que national mettent en avant ce point.

La puissance et l'épaisseur du *storytelling* (usage de représentations visuelles du pays, paysages viticoles et sauvages mêlés, histoires de pionniers, d'entreprises familiales, de difficultés surmontées, de conquêtes de marchés, de savoir-faire techniques de pointe, de qualité du vin et de l'environnement associé, etc.) sont frappantes et contrastent avec l'« *image* » dégagée par les institutions – régionales ou nationales – du vin en Suisse²⁰.

Cette force se fonde sur un puissant discours de la « *qualité* » qui fonctionne, dans l'arrangement national, comme outil de gouvernance de la filière selon Prince et Lewis (2013). Ces derniers révèlent comment, depuis sa création, NZW est parvenue à surmonter les rivalités internes en attribuant la qualité comme identité et comme destin commun à tous les acteurs de la filière : celle-ci est invoquée dans le discours de l'institution – NZW martèle l'évidence que tous les acteurs ont un intérêt commun à l'excellente réputation des vins néo-zélandais (NZW, 2014, Direction NZW) – et démontrée par un appareil de certification très large (audit de contrôle du *Wine Act* et des programmes de durabilité, avant tout SWNZ).

Ce discours sur la qualité permet de lier, dans une relation symbiotique, les petits producteurs attachés au terroir aux grandes caves dotées de précieux canaux

²⁰ Cette appréciation s'appuie sur l'ensemble des sources primaires consultées durant la recherche, des entretiens et de l'observation participante (en Central Otago).

de distribution (Prince & Lewis, 2013, p. 6). En revanche, il évacue la question de l'équilibre des contributions respectives des acteurs à l'entretien de cette « *qualité* », ce qui correspond au corollaire de la tolérance affichée pour le « *free riding* ».

Ironiquement, et toujours dans un esprit très libéral d'autorégulation, NZW évite expressément de lier le programme SWNZ et les WSMP à des standards de qualité contraignants qui seraient imposés aux acteurs (Prince et Lewis, 2013). La qualité comme élément de régulation de l'arrangement fonctionne ainsi essentiellement de *façon persuasive*. Le CEO de NZW reconnaît que les pratiques de *free-riding* sur la réputation de la marque sont inévitables dans l'industrie (vin de faible qualité, recherche de profit à court terme) et que ce n'est pas le rôle de l'association de condamner ou de sanctionner les pratiques commerciales individuelles.

Stewart souligne à ce propos la puissante contradiction qui se fait jour entre les incantations de la qualité (portées évidemment aussi par les artisans les plus compétents et réputés) et la nature profondément industrielle de la viticulture en Nouvelle-Zélande. Comme le montrent notamment des rendements très élevés²¹, qui sont passés, en tonnes par hectare, de 6,9 en 2005 à 12,6 en 2014 (NZW, 2014), la culture en plaine ou encore, la dépendance au MSB qui est devenu une marchandise par excellence (« *commodity product* ») (Stewart, 2010, p. 401 ; également Hayward & Lewis, 2008).

Cette tension (ces contradictions) illustre bien la nature très ouverte de l'arrangement, qui cherche à maintenir l'accès à la ressource le plus facile possible pour une pluralité d'acteurs, allant d'inconditionnels du terroir à des multinationales de vins et spiritueux qui assurent leurs revenus sur des marges très faibles mais des volumes très élevés. Toutefois, il y a bien un *trade-off* (revers de la médaille) en termes de valeurs produites entre, d'une part, l'accès privilégié qui est accordé aux grandes caves, au capital globalisé et aux consommateurs internationaux, et, d'autre part, l'accès plus restreint des petits artisans, souvent les pionniers historiques du vin en Nouvelle-Zélande et des consommateurs nationaux.

La régulation « *incantatoire* » des rivalités par le discours de la qualité est doublée par un discours sur l'« *industrie du vin* » néo-zélandaise (« *the industry* ») (Lewis, 2008) qui s'efforce de faire apparaître cette dernière comme un corps homogène. Or, une telle industrie n'a aucune matérialité, mais relève bien d'une construction discursive qui aplatit les divergences d'intérêt et les rivalités. Dans

²¹ En 2008, Stewart (2008, p. 401) indique 60 hl/ha au niveau national, soit 29% de plus que la moyenne des AOC françaises, et 85 hl/ha en Marlborough ; les chiffres de 2014, en tonnes, sont encore plus frappants à 12,6 t/ha au niveau national et 14,4 t/ha pour le Marlborough (NZW, 2014). En Suisse, en 2014, les rendements moyens se situent à 58 hl/ha (OFAG, année viticole 2014, calculs de l'auteur). Mais il faut rappeler que la densité de plantation est nettement plus élevée en Suisse (environ 6 000 pieds/ha au minimum pour l'AOC VS par exemple, avec parfois 11 000/ha pour de l'arvine à Fully, contre une pratique de 2 500/ha en NZ, selon entretiens et sources, soit 2,4 m entre rangées et 1,8 m entre plants pour un site typique de MSB ; voir Bramley, Trought, & Praat, 2011).

les faits, ce sont bien une multitude de types d'acteurs et d'intérêts qui sont engagés dans la filière, à la poursuite de valeurs divergentes et parfois clairement antagoniques (Lewis, 2008) (ainsi les valeurs sensorielles et symboliques d'expression du terroir ou des vins naturels qui s'opposent à des vins faciles à boire et aux flux de revenus issus de petites marges sur de gros volumes).

Ces «*pièces*» institutionnelles de l'arrangement national construisent un champ symbolique du vin néo-zélandais vers lequel convergent les habitus des acteurs de la filière (Bourdieu, 1982; Prince & Lewis 2013). Or, les discours de l'industrie et de la qualité servent les intérêts des acteurs les plus puissants en termes commerciaux (schématiquement: producteurs de gros volumes, centrés sur l'exportation de MSB), qui sont demandeurs de valeurs symboliques (romantisme, travail artisanal, entreprise familiale) à moindre coût, sous le couvert d'un intérêt partagé entre l'ensemble des acteurs de la filière (Lewis, 2008, p. 108). On peut enfin relever que les auteurs qui déconstruisent le puissant schéma discursif qui structure la ressource peuvent parfois simultanément contribuer à sa construction, par le biais de mandats notamment (Newth, Woods, & Lewis, 2011)²².

19.3 SYNTHÈSE INTERMÉDIAIRE DE L'ARRANGEMENT NATIONAL

De façon générale, on peut considérer que le travail de NZW sur la ressource est essentiellement axé sur la production de valeurs symboliques et monétaires, comme le montrent ses efforts de *lobbying*. En outre, le seul travail à avoir été dirigé vers des valeurs sensorielles est celui qui a été réalisé sur les précurseurs aromatiques du MSB.

Les manifestations «*user pay*» constituent un élément central de l'arrangement de régulation nationale, qui vise la production de valeurs symboliques pour différencier la ressource dans les marchés clés, en l'occurrence internationaux.

En termes de variables indépendantes, NZW sert à la fois de canal pour mobiliser les ressources d'action individuelles (argent, temps) des producteurs (qui payent pour l'accès à la promotion collective) et de prisme en les articulant avec celles qui lui sont propres (consensus, organisation, infrastructure, ressources humaines) pour construire la différenciation par le biais de certaines valeurs, en l'occurrence essentiellement symboliques (réputation de la marque New Zealand Wine, vin typique, en partie vin naturel avec SWNZ) et monétaires. La créativité de NZW consiste ici à créer les règles (autorégulation) pour structurer la ressource vin de Nouvelle-Zélande et assurer sa différenciation à une échelle essentiellement internationale, tout en maintenant l'amont de la ressource le moins régulé possible (interne, local et proche de la production).

²² Il s'agit d'un rapport stratégique à l'intention des vignerons de Central Otago, qui recommande notamment d'ajouter «des couches» et de rendre plus épais le *storytelling* de la marque Central Otago. Voir l'étude de cas.

En termes de variable dépendante de l'arrangement, les règles très libérales assurent une appartenance (potentielle) à la ressource la plus ouverte possible (DR1), d'autant plus que les contributions (que chaque producteur verse à son organisation professionnelle) sont obligatoires et donc l'appartenance à NZW acquise de principe.

La promotion réalisée par NZW au travers du discours de la qualité et des événements « *user-pay* » a une double dimension de régulation : premièrement, elle agit en fixant des règles d'exploitation et d'entretien (DR2) définissant comment les producteurs peuvent bénéficier d'un accès privilégié à la différenciation de la marque « *New Zeland Wine* » et à certains intermédiaires ou consommateurs.

De plus, la volonté explicite de NZW de ne rien faire pour lutter contre la *free-riding* constitue une forme de règle d'exploitation et d'entretien asymétrique de la ressource : le discours « *qualité et vin d'exception* » tenu par NZW entretient, aux frais de tous les acteurs, la réputation d'excellence des vins de Nouvelle-Zélande. Dans la pratique (et sans mettre ici en question la qualité des vins industriels produits), ce sont en revanche les artisans ou les plus petites caves qui entretiennent la ressource nationale. À l'échelle de leur exploitation, ils articulent leurs savoir-faire et les infrastructures de façon plus restrictive – en renonçant à la logique du gain à court terme qui contribue pour beaucoup à la croissance du Marlborough – pour produire les valeurs de vin d'exception, vin typique et d'expression du terroir et entretiennent ainsi la ressource, s'inscrivant dans une relation que Prince & Lewis qualifient de « *symbiotique* » (2013, p. 6) avec les grandes caves industrielles.

Deuxièmement, le discours qualité et la promotion « *user-pay* » procèdent à un certain arbitrage (DR3), *via* le prix de la participation et le marché de destination ciblé par chaque événement proposé (et qui n'intéresse pas tous les acteurs). Les discours « *qualité* » et « *industrie* » fonctionnent également comme mécanisme d'arbitrage, de type *ex ante*, dans la mesure où ils tendent à nier l'existence même de parties opposées (rivalités) pour n'en faire apparaître qu'une ainsi que des aspirations convergentes.

Globalement, ces règles apparaissent comme l'expression de ceux qui disposent des ressources d'action individuelles suffisantes (temps, argent), soit essentiellement les plus grandes caves et celles du Marlborough, centrées sur les marchés d'exportation. En termes de constituants de la ressource, ces pièces de l'arrangement visent essentiellement les dispositions de réception des consommateurs (et des intermédiaires) avec un puissant travail discursif. Les systèmes de certifications (*management plan* et SWNZ) et les programmes de recherche (précurseurs MSB, *low calories* et *sustainability*) renforcent également les savoir-faire en fournissant des outils supplémentaires. En revanche, l'usage des infrastructures n'est quasiment pas ciblé par la régulation mise en place par NZW, ou très modérément seulement par le biais des *management plans* ou de SWNZ.

Encadré 29. L'île de Waiheke, révélatrice de la production nationale

Le rôle qu'occupe la production de narratif dans l'arrangement national se confirme à l'examen de cas locaux. L'île de Waiheke, peuplée de 8 000 habitants, avec une trentaine de petites caves, située à une vingtaine de kilomètres au large d'Auckland, est une des plus petites régions de production du pays. Alors que l'île était autrefois réputée pour sa contre-culture et ses résidents hippies en marge de la grande ville, elle est désormais l'objet d'une puissante *gentrification*, alimentée par un œnotourisme croissant. Baragwanath & Lewis (2014) soulignent que la viticulture locale s'y développe en s'appuyant sur un *storytelling* qui parvient à articuler les « *imaginaires* »²³ contradictoires qu'il mobilise, ici bien-être hippie, là hypermodernité accessible en hélicoptère : « [...] *This elaboration is elaborated by careful management and manipulation of potential contradictions between rural idyllicity and hypermodern design-led experience* » (Baragwanath & Lewis, 2014, p. 224). Les « *imaginaires* » mobilisés dans le *storytelling* des caves (en termes de discours et d'esthétiques) font fortement référence au caractère « *insulaire* » de la production locale (coût de production élevé, isolation, environnement géophysique). Ce faisant, le cas de cette « *petite île* » apparaît comme le modèle réduit très fidèle des contradictions articulées dans le *storytelling* des deux grandes îles (au niveau national). Mais Baragwanath & Lewis refusent d'évoquer un éventuel mécanisme de coordination ou un rapport de force qui ferait tenir ensemble ces contradictions. Ils préfèrent souligner la « *fluidité* » entre les catégories utilisées dans les narratifs en indiquant que, d'une manière générale, des références contradictoires sont articulées dans le *storytelling* pour la différenciation de la production locale. Cette analyse donne l'impression que ces contradictions tiennent ensemble spontanément, cet qui est inexact à notre sens. À ce titre, les mécanismes de coordination qui déterminent le *storytelling* réalisé pour la ressource au niveau national, que nous mettons en évidence, distinguent bien les deux périmètres (national et celui de Waiheke) : si à Waiheke Island les rivalités sur les valeurs symboliques semblent bénéficier d'une mise en équilibre spontanée, comme si l'arrangement local relevait d'une sorte de *deus ex machina*, selon nous, le rapport de force et ses modalités apparaissent en revanche très clairement au niveau du travail de différenciation assuré pour l'arrangement national.

²³ Nous assimilons sans hésitation la notion d'imaginaires qu'utilisent les géographes au concept de valeurs symboliques.

19.4 INSTITUTIONS COMPLÉMENTAIRES À L'ARRANGEMENT NATIONAL

Outre NZW, plusieurs autres pièces institutionnelles (formes spécifiques de régulation auto-organisée) plus ou moins formalisées et pérennes, complètent l'arrangement national. Elles contribuent de façon décisive à renforcer certaines des valeurs, notamment symboliques, que produit la ressource.

19.4.1 Le projet « Complexity »

« *We want to take the Americans away from “make it quick and easy”* » (Dunleavy, 2010).

Tourné vers un marché d'exportation décisif, le projet « *Complexity* »²⁴ illustre l'ampleur et le niveau de précision du travail de marketing réalisé par l'industrie. Il révèle également le soutien apporté par le gouvernement pour corriger les « *erreurs* » d'un marché naissant donc forcément incomplet, un peu comme on consent à guider les gestes encore imprécis d'un jeune athlète prometteur. Il a pour cible exclusive les dispositions de réception des consommateurs d'un marché clé en termes de potentiel de croissance, les États-Unis (PwC, 2011) et illustre la collaboration entre la filière (avec ici un rôle de second plan occupé par NZW), le gouvernement et l'agence de promotion économique (NZTE).

Lancé en 2010 sur l'impulsion de quelques caves, le projet a obtenu l'appui du gouvernement à hauteur de 1,2 million NZ\$, le premier dans le cadre d'un « *package of measures to help the industry build markets and maintain its premium branding* », selon le ministre en charge du développement économique (Dunleavy, 2010). Ce paquet de mesure inclut d'autres projets de promotion à destination de l'Europe et de la Chine notamment, mais dont le montant apporté par le gouvernement est inférieur (NZTE, 2010-2014).

Le *winemaker* qui préside l'initiative souligne que :

« *As fine wine producers we are not wine industrialists but artisans. [...] We congratulate the government and its agencies for recognizing that targeted niche-investments in high-value farming artisans can [...] bring long-term sustainable wealth and reputation to individuals, companies and communities. Fine wine is our most valuable agricultural product. Whether the resource is land or water, fine wine creates more wealth per unit of resource. [...] Our intention are to create a fine wine halo for the New Zealand wine sector in the US market that creates the potential for all New Zealand wine to gain more prestige.* » (Dunleavy, 2010)

²⁴ Le site qui détaillait le projet, <http://www.complexity.co.nz/>, n'est désormais plus actif.

L'accent est mis sur la capacité de *storytelling* des vins kiwis («[...] *people and places, our society, our heritage, our slang*»). En revanche, on peut souligner que la notion d'«*artisans*» n'a pas grand-chose à voir avec son équivalent en Suisse, dans la mesure où certaines caves parties prenantes au projet relèvent de la catégorie 3 (*i. e.* plus de 4 millions de litres vendus par an). Par définition, le *storytelling* engage surtout celui à qui s'adresse l'histoire contée.

Le nom du projet, «*Complexity*», fait évidemment écho au terme de dégustation et exprime une valeur sensorielle associée à des vins de qualité déployant une complexité aromatique. Il vise également expressément à différencier les vins kiwis de l'esprit «*quick and easy*» des Américains, pour les «*former*» («*to make them an expert*») à la profondeur des vins néo-zélandais (Dunleavy, 2010).

Les principaux *outputs* du projet consistent en des événements de présentation organisés dans différentes villes des États-Unis, où un public sélectionné d'intermédiaires clés (importateurs, distributeurs et critiques) suit une *master class*, une dégustation formelle, une présentation des vins et un repas gastronomique. Deux tables massives en bois aux contours de la Nouvelle-Zélande présentent les vins en soulignant leur origine géographique (le 46^e parallèle Sud traverse Central Otago en pointillé et souligne le lien avec la Bourgogne, qui occupe le même parallèle Nord)²⁵.

Le projet s'appuie sur deux ans de recherche marketing aux États-Unis portant sur les préférences sensorielles des consommateurs et leur connaissance des vins kiwis. Les caves intéressées ont été appelées à s'inscrire. Les critères de sélection demandaient une présence déjà effective sur le marché des Américains, des vins d'expression régionale typique, une marque établie et des antécédents sérieux dans le segment des vins de luxe. La contribution annuelle est substantielle : 200 000 NZ\$ par cave. La sélection est effectuée par un panel d'experts des goûts du marché américain. Au total, 21 caves ont été retenues, soit 58 vins. Depuis, une société a été créée pour gérer le projet.

Les porteurs de «*Complexity*» prennent bien soin de ne pas présenter le projet comme favorisant les *wineries* sélectionnées, et soulignent sa vocation «*universelle*» pour l'industrie de Nouvelle-Zélande, consistant à créer le «*halo*» d'une réputation de vins de luxe associée aux vins néo-zélandais (Dunleavy, 2010), dont sont supposées bénéficier toutes les autres caves qui exportent sur le marché américain.

Après quatre ans d'activité, le projet est désormais uniquement porté par les caves qui en sont membres et les événements communs de présentation sur le sol américain sont terminés.

²⁵ Le site créé pour le projet tenait un blog détaillé des différents événements, http://www.complexity.co.nz/blog/month_september_2010/. Il n'est désormais plus actif.

On retient de ce projet qu'il constitue un outil ponctuel, mais précis et important, qui vise à compléter l'arrangement pour produire davantage de valeurs symboliques. Il articule les savoir-faire avec les dispositions de réception. Ce dispositif institutionnel apparaît très sélectif et exclusif, mais également transparent sur les conditions d'accès et d'entretien qui sont elles-mêmes particulièrement coûteuses pour les participants. Or, c'est précisément ce qui permet au dispositif 1) d'obtenir les ressources d'action financières du gouvernement (ce qui en fait ironiquement par là même un dispositif seulement moyennement libéral), et 2) de construire du consensus, du soutien politique et de l'organisation. Cela permet en retour de surmonter les rivalités internes à l'industrie («*pourquoi eux bénéficieraient de l'argent public et pas nous*», etc.) en promettant un effet positif en termes de réputation pour l'ensemble des usagers de la ressource. C'est à notre sens un bel exemple allant dans le sens de l'hypothèse H2c, en montrant comment l'équilibre trouvé dans la distribution des valeurs (et des charges) entre les caves impliquées dans le projet et les autres permet de renforcer l'implication des acteurs.

19.4.2 Le *Southern Pinot Workshop*

Le Southern Pinot Workshop (littéralement: l'atelier du pinot du Sud), organisé pour la première fois en 1990, a lieu chaque année, et dure quatre jours. Il est présenté comme: «*a technical workshop that brings together winegrowers from New Zealand and the rest of the world for an in-depth look at the variety Pinot Noir*»²⁶. Cette manifestation a été mise sur pied par une poignée de viticulteurs pionniers, s'inspirant de la Steamboat Pinot Noir Conference²⁷ qu'organisent depuis trente-cinq ans les vigneron américains de l'Oregon. Les quatre jours sont organisés en présentations et en dégustations formelles, l'objectif unique étant une meilleure compréhension du cépage (et non pas une compétition entre *winemakers*). L'événement est sponsorisé par OI Glass NZ, la plus grande entreprise de bouteilles mondiale (qui détient le monopole de la fabrication de bouteilles en Nouvelle-Zélande et soutient également la Pinot Celebration en Central Otago). Chaque participant s'acquitte d'une inscription de 400 \$, à laquelle s'ajoutent environ 1 000 \$ de frais d'hébergement et de repas.

Le Workshop permet de faire se rencontrer les producteurs de pinot noir, mais facilite aussi la dégustation et l'évaluation du millésime précédent, l'échange d'informations dans un climat de confiance sur la culture et sur la vinification du pinot, le tout dans une atmosphère détendue et informelle et dans un cadre agréable²⁸.

²⁶ <http://www.pinotworkshop.org.nz/background>.

²⁷ <http://www.steamboatpinot.com/>.

²⁸ <http://www.pinotworkshop.org.nz/background>.

Des formats et des procédures de dégustation spécifiques sont prévus en fonction des types de vin apportés et de la nature de l'avis recherché chez les pairs : dégustations à l'aveugle en sessions informelles le matin pour les pinots encore en élevage, en sessions par sous-groupes pour les cuvées expérimentales l'après-midi, en formats informels avant le dîner pour les millésimes antérieurs, etc. Plus précisément, les participants sont encouragés à soumettre à la dégustation des vins qui ont posé des problèmes à leur *winemaker*, qu'ils ont « *sauvés* » ou sur lesquels ils ont des doutes ou des questions²⁹. Les procédures pour le prélèvement des échantillons soumis à dégustation sont extrêmement détaillées (manipulations de prélèvement de l'échantillon, part de SO₂ libre, etc.), comme celles relatives à l'identification des bouteilles et à leur envoi à l'organisation du *workshop*. Enfin, les nouveaux sont prévenus qu'ils n'ont pas intérêt à inclure un sauvignon blanc parmi les bouteilles qu'ils apportent pour accompagner les repas³⁰.

Le Southern Pinot Workshop est littéralement un « *atelier* » qui réunit un très grand nombre de *winemakers* kiwis durant plusieurs jours et leur permet d'échanger leur savoir-faire et de discuter de leur façon de vinifier le pinot noir. C'est une pièce complémentaire à l'arrangement, qui – rétrospectivement également – y occupe une place cruciale : elle permet, depuis plus de vingt ans, d'accroître les savoir-faire pour la production (de vin) de pinot noir en Nouvelle-Zélande et surtout, elle favorise leur diffusion dans l'industrie (au-delà du cercle des petits producteurs experts ou d'une région réputée) en dépassant les rivalités entre des caves forcément concurrentes et souvent jalouses de leurs procédures techniques, surtout pour les plus grandes. Ce faisant, l'échange entre les *winemakers* au sein du *workshop* renforce leur sens de la communauté et contribue à la création de lien social par la ressource. Cela permet de maintenir encastré (*embedded*) dans l'environnement social de la ressource des *winemakers* qui sont parfois les employés de directions implantées en France, en Australie ou aux États-Unis, peu enclines à divulguer les techniques de leur stratégie de différenciation sensorielle. C'est par ce forum que des pionniers de la qualité, issus de Martinborough³¹, se sont engagés pour diffuser leur savoir-faire au sein de l'industrie (Stewart, 2010). En termes de voyage des idées et sous la forme d'une métaphore de filiation, on pourrait dire que ce *workshop* est le fils de son *alter ego* de l'Oregon et le père de la Central Otago Pinot Celebration (voir l'étude de cas Central Otago) : les deux événements ont été « *importés* » en Nouvelle-Zélande par le même œnologue, un Autrichien ayant fait ses armes en Oregon avant de s'implanter en Central Otago.

²⁹ <http://www.pinotworkshop.org.nz/tasting>.

³⁰ <http://www.pinotworkshop.org.nz/information-letter>.

³¹ Notamment Larry McKenna – aussi appelé Larry McPinot – à qui l'industrie a récemment accordé une place au sein du « *Hall of Fame* », le haut lieu du capital symbolique de la viticulture en Nouvelle-Zélande : <http://www.escarpment.co.nz/larry-inducted-into-nz-wine-hall-of-fame>.

Enfin, du fait de son institutionnalisation, le *workshop*, devenu après de nombreuses années un événement majeur de la scène des producteurs de pinot noir, apporte une base de réponse précieuse au besoin de diversification de l'encépagement national, au moment où la domination du MSB touche à ses limites. Le clin d'œil au sauvignon blanc qui serait un cépage *non grata* durant les repas est révélateur de l'antagonisme symbolique entre ces deux cépages.

19.4.3 Family of XII

La Family of XII est un club de douze caves issues de toutes les régions du pays, dont la composition n'a pas changé depuis sa création en 2005. Elles se disent « *intimement liées par un amour commun pour la production artisanale (« the craft») de vins fins* »³². Ici encore (voir le projet *Complexity supra*), figurent parmi ces artisans des caves de catégorie 3 (plus de 4 millions de litres vendus par an), notamment la cave Villa Maria (voir Encadré 30).

La Family veut entretenir les liens entre les caves qui se considèrent comme les plus prestigieuses de l'industrie, en mettant l'accent sur « *l'éducation* » des consommateurs aux vins kiwis et sur les échanges de savoir-faire au sein de cette élite : « *Neither flashy nor fashionable our family table is about sharing a simpler set of beliefs; exchanging ideas while keeping a common thread that binds us all together. [...] On a practical level we share information, best practice and sometimes even secrets. Contrasting personalities, different wine regions and styles make up our family and we celebrate these differences* »³³. Le site de présentation de la Famille se réjouit de la façon dont chaque cave est l'expression du meilleur de la (récente) culture du vin en Nouvelle-Zélande et s'efforce de produire des vins de très haute expression, fidèles aux caractéristiques de leur région d'origine. Ce « *club de copains* », selon l'expression de l'un des membres, se retrouve régulièrement dans le cadre de dîners pour que ceux-ci puissent échanger leur expérience et leur savoir-faire. Il organise régulièrement des événements à l'étranger, ainsi lorsque la moitié de la Family répond à un sommelier français et part faire découvrir les vins kiwis en France, en juillet 2015, dans les prestigieux restaurants du groupe Bernard Loiseau³⁴.

Il s'agit d'une pièce de plus apportée à l'arrangement, issue du tissu de « *gouvernance associative* » qui gravite autour de NZW (Lewis, 2008). Elle contribue à la production des trois formes de valeurs, avec un accent sur les valeurs symboliques et sensorielles de la ressource au niveau national (vin d'exception, autonomie/indépendance, vin typique, expression du terroir). La production de valeurs s'appuie ici essentiellement sur l'enrichissement des

³² <http://familyoftwelve.co.nz/>.

³³ <http://familyoftwelve.co.nz/about/>.

³⁴ <http://familyoftwelve.co.nz/seven-go-mad-in-burgundy-by-nigel-greening-felton-road/>.

savoir-faire et, en partie également, sur le développement des compétences de réception des consommateurs.

Encadré 30. Villa Maria – la cave industrielle familiale néo-zélandaise

La cave Villa Maria a une *aura* toute particulière en Nouvelle-Zélande, qui contribue énormément à l'image de *success story* d'une «*industrie familiale*» centrée sur la qualité: c'est une des plus grandes, mais elle est toujours restée aux mains de son fondateur, Georges Fistonich, depuis sa création en 1961³⁵. Elle frôle la faillite lors de la crise de 1985, avant d'être sauvée par les primes d'arrachage de 1986, un plan élaboré en commun entre Villa Maria elle-même, d'autres grandes caves en difficulté et le gouvernement, dans la plus pure tradition de ce que Stewart appelle un «*old-fashioned closed-doors deal between big business and politicians*» (Stewart, 2010, p. 334). Fistonich est l'image d'Épinal de l'entrepreneur viticole kiwi, charpentier d'origine qui choisit à vingt ans de transformer en entreprise commerciale le petit vignoble de son père (Stewart, 2010, p. 279), qui est anobli (fait *Sir*) en 2009 pour les services rendus à l'industrie du vin, parti de rien et désormais à la tête d'une des plus prestigieuses caves du pays qui exporte vers une cinquantaine de destinations. Son emprise dans la cave, jusque sur les derniers choix de vinification, entretient sa réputation dans les cercles des *winemakers* kiwis. La cave est très impliquée dans le développement de l'industrie et de son *storytelling*, ayant notamment été la première à mettre un fort accent sur la production biologique (avant le programme SWNZ) dans son vignoble, tout en promouvant l'usage de techniques innovantes (cave pionnière de la généralisation des capsules à vis).

³⁵ <http://www.villamaria.co.nz/about/history>.

CHAPITRE 20

ÉTUDE DE CAS V - L'APPELLATION MARLBOROUGH

« Marlborough is the most famous [wine region of New Zealand], but geographically it is no more than a loose regional idea that covers two major river valleys and a variety of soil types, structure and micro-climates that are yet to be delineated as vinicultural areas of particular character. » (Stewart, 2008, p. 415)

« Le marketing n'a rien à voir avec la qualité du vin, mais avec les valeurs de la marque. » (Chief Winemaker d'une grande cave du Marlborough, propriété d'un groupe international majeur)

20.1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

Cette étude de cas est présentée de manière relativement plus succincte que la suivante. Nous avons vu que l'arrangement national, analysé en détail dans les pages qui précèdent, doit beaucoup à la dynamique engendrée par le Marlborough et il ne sera donc pas nécessaire de revisiter l'ensemble des points déjà traités. Parallèlement, nous avons souhaité mettre un accent plus marqué sur le cas de Central Otago afin de produire une image plus fidèle de la complexité des logiques d'acteurs à l'œuvre dans la viticulture de ce pays.

La structure de cette étude de cas s'appuie sur la présentation de trois entreprises (caves) que l'on peut qualifier d'idéaltypiques et qui traduisent les grandes lignes de forces qui animent l'arrangement local et affectent l'arrangement national, tout en représentant la diversité des types de valeurs recherchées et les stratégies des acteurs qui les portent.

Le Marlborough sauvignon blanc (MSB) est le principal contributeur à la croissance du secteur en Nouvelle-Zélande et il apporte une illustration saisissante du concept de rente territoriale et d'actif spécifique (Pecqueur, 2006) que peut produire une AOC (Hayward & Lewis, 2008), bien que dans ce cas, l'outil de l'AOC et ses exigences qualitatives et quantitatives soient évidemment absents. Grâce au MSB, le Marlborough est devenu la porte d'entrée du capital étranger dans la viticulture néo-zélandaise (Hayward & Lewis, 2008),

l'appellation ayant attiré des investisseurs qui n'avaient eu jusqu'ici aucune prise d'intérêt ou d'expérience dans le secteur vitivinicole.

La dénomination Marlborough comme label de vin s'applique au raisin qui pousse sur les terres cultivables réparties dans trois zones principales situées au nord-est du district du Marlborough, lui-même situé au nord-est de l'île du sud. On trouve ainsi, du nord au sud :

- les plaines de Wairau qui constituent la principale « sous-région » (45 % de l'encépagement), sur une zone alluviale très drainante le long de la rivière Wairau qui s'écoule des massifs montagneux à l'ouest vers le Pacifique à l'est; c'est là qu'ont été plantés les premiers pieds; dans le prolongement
- dans le prolongement, au sud, les Southern Valley (25 % de l'encépagement), au climat plus froid et plus sec, sur des sols très variables, plus argileux.
- enfin, la région de l'Awatere Valley, la plus sèche et la plus fraîche, qui abrite les derniers 30 % d'encépagement, au sud d'une chaîne de montagnes qui la sépare des deux précédentes (Wine Marlborough Ltd, 2014).

Le terrain propice à la culture de la vigne est clairement limité aux trois sous-régions, notamment pour des questions d'exposition au gel plus haut dans les vallées (à l'ouest) : l'organisation régionale Wine Marlborough (WM) prévoit que le plafond d'encépagement sera atteint en 2020 (Wine Marlborough Ltd, 2014; entretien CEO WM).

Au total, ce sont actuellement environ 23 000 ha qui sont plantés en Marlborough, ce qui couvre plus de 75 % de la production nationale de vin en 2015 (contre 3 % pour Central Otago par exemple) (Wine Marlborough Ltd, 2015). 600 ha supplémentaires ont été plantés en 2014 et plus de 1 000 ha sont plantés en 2015 (entretien CEO WM). L'association interprofessionnelle régionale indique que la région compte environ cent cinquante marques de vins¹ (sachant que de nombreux labels ne correspondent pas à une cave en particulier, voir *supra* les « labels fantômes ») et une cinquantaine de caves (c'est-à-dire de sites disposant d'infrastructures physiques d'encavage). Ce décalage souligne le mécanisme de démultiplication de la ressource, *via* la création de marques multiples par certaines entreprises.

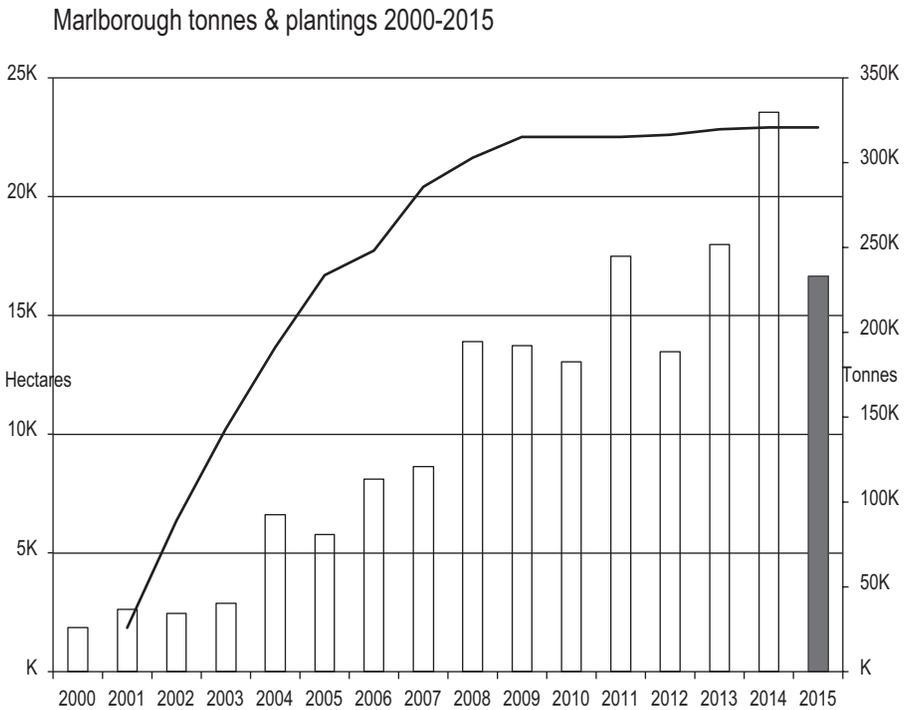
Quant à l'encépagement, le MSB domine très largement avec 86 % de la production (76 % de la surface) en 2014, très loin devant le deuxième cépage principal, le pinot noir, avec seulement 6 % (11 % de la surface). Chardonnay (5 %), pinot gris (4 %), riesling (1 %) et autres cépages (1 %)

¹ <http://www.wine-marlborough.co.nz/about-marlborough/marlboroughs-wine-history/>.

complètent une production régionale centrée sur le MSB. L'ensemble de la production de la région représente environ 1 milliard de NZ\$, sur le total de 1,3 milliard de NZ\$ rapportés par l'exportation de vins néo-zélandais en 2014².

La Figure 21 souligne deux caractéristiques de la région: 1) la rapidité de la croissance de l'encépagement et de la production de la région et 2) le fait que depuis 2008, la surface a peu évolué alors que les rendements continuent de croître (à l'exception de 2015, où des records de sécheresse ont provoqué une régulation naturelle particulièrement bienvenue pour de nombreux acteurs qui guettaient avec inquiétude les signes d'une surproduction).

Figure 21 Production et hectares en Marlborough



 Only Marlborough Years 2001–2008 Marlborough District Council, 2009, 2010, 2011 estimates, 2012 on from NZ Winegrowers



Adapté de « Marlborough, Facts and Figures », (WM 2015, p. 8)

² <http://www.wine-marlborough.co.nz/about-marlborough/>.

Encadré 31. Les coûts de production à l'hectare dans le Marlborough

Un rapport de *monitoring* financé par NZW³ décompose les coûts de production d'un vignoble type représentatif du Marlborough, défini sur la base d'une enquête menée auprès de dix-huit domaines. Il s'agit d'un domaine de trente hectares, constitué à 70% de sauvignon blanc. On peut rappeler que la densité moyenne de plantation dans la région est de 2 500 pieds à l'hectare (Bramley, Trought, & Praat, 2011) pour un rendement moyen de 12,2 tonnes/hectare (Fruition, 2013).

Le total des dépenses à l'hectare s'élève dans le Marlborough à 7 920 NZ\$ pour le millésime 2013 (soit environ 5 600 CHF, au taux de 1 NZ\$ = 0,70 CHF en août 2017). À titre de comparaison, les frais moyens de production en viticulture suisse (moyenne 2006-2010) s'inscrivaient dans une fourchette allant de 30 000 CHF à 48 000 CHF à l'hectare (selon le niveau de mécanisation du vignoble) (Agridea, 2012). Dans les annexes 1 et 2 du présent ouvrage figurent deux tableaux qui détaillent la distribution de ces frais dans les deux cas.

En termes d'*output*, ces coûts d'exploitation permettent de produire du MSB en vrac (le « *bulkwine* » qui alimente les « *bag in a boat* ») relativement bon marché : en juin 2015, le vrac de MSB de 2014 se négociait entre 3 et 4 \$ le litre, pour des lots de 5 000 à 200 000 litres⁴.

20.2 ACTEURS ET RIVALITÉS

Les jeux d'acteurs se déploient, dans le Marlborough, autour de certains « nœuds » dans l'articulation des composants de la ressource. Ces points d'achoppement sont doublés de rivalités pour les valeurs produites par la ressource, mais ces rivalités restent relativement peu structurantes pour l'instant tant le consensus sur les valeurs sensorielles et le besoin de croissance économique de la filière semblent acquis. La région compte, on l'a vu, environ cent cinquante marques de vin⁵, mais seulement une cinquantaine de caves « *physiques* », ce qui souligne la démultiplication des valeurs de la ressource.

Le principal enjeu auquel la ressource en Marlborough doit faire face relève des infrastructures. Il s'agit de la disponibilité du sol encore susceptible d'accueillir de la vigne et de la disponibilité en eau. Car la viticulture en Marlborough a un besoin vital d'irrigation.

³ Fruition Horticulture, *Viticulture Monitoring 2013*, New Zealand Wine, Auckland, 2013, 20 p.

⁴ <http://www.winenetwork.co.nz/wine/sauvignon-blanc?cleanskin=0>.

⁵ Auxquelles on peut ajouter un nombre inconnu mais fluctuant de marques créées par les distributeurs (grandes surfaces) à l'étranger, sur la base de MSB acheté en vrac.

Le plafond d'encépagement devrait être atteint en 2020. Pour l'instant, les progrès dans les techniques d'irrigation ont permis de repousser les limites des terres rentables pour la production de raisin, mais les contraintes physiques (le gel notamment) semblent désormais infranchissables.

La contrainte sur l'eau s'exerce au travers des droits d'eau d'irrigation qu'alloue le Marlborough District Council⁶. Deux facteurs pèsent sur l'accès à la ressource en eau : 1) en cas de sécheresse, le Council peut décider de réduire ou de suspendre les droits d'eau (art. 4.4. des *Standard Terms and Condition for Supply of Water from the Southern Valleys' Irrigation Scheme*)⁷, notamment en cas de sécheresse ou de niveau insuffisant dans les sources d'extraction ; 2) selon plusieurs acteurs interrogés (dont le directeur de l'association régionale), la durée des droits d'eau (donc leur échéance de renouvellement) a été récemment ramenée à dix ans contre trente ans précédemment⁸. Dans ce contexte, les acheteurs de vignoble (potentiel ou existant) s'assurent que les parcelles en question bénéficient d'un droit d'eau. Les producteurs de raisin (et les caves propriétaires de vignes) investissent de façon généralisée et à titre personnel dans l'infrastructure de stockage de l'eau de pluie (bassin, pompe, réservoir, etc.) pour s'assurer de réserves d'irrigation complémentaires, à défaut d'être suffisantes, en cas de sécheresse et de réduction de l'accès à l'irrigation du réseau collectif.

Nous allons maintenant examiner plus en détail la stratégie de trois caves qui représentent la diversité des modèles observés sur le terrain.

20.2.1 Pernod Ricard New Zealand – Croître et monter en gamme

C'est sur le domaine actuel de Brancott Estate⁹ que l'entreprise Montana a planté les premiers pieds de sauvignon blanc au début des années 1970. Brancott Estate illustre la dynamique de fusions et d'acquisitions globales du secteur. La marque Brancott Estate, qui est désormais la marque principale du groupe Pernod Ricard en Nouvelle-Zélande, a remplacé celle de l'entreprise Montana¹⁰ après que le groupe Pernod Ricard a racheté un groupe rival anglais en 2005, Allied Domecq, qui avait lui-même racheté Montana quelques années plus tôt.

⁶ « Standard Terms and Conditions for Supply of Water from the Southern Valleys' Irrigation Scheme », Adopted by Council on 5 August 2004, Marlborough District Council, 28 p.

⁷ Adopted by Council on 5 August 2004, Marlborough District Council, p. 3

⁸ Nous n'avons pas trouvé de décision du District Council confirmant cette information. Les *Standard Terms* du 5 août 2004 ne spécifient aucune échéance « naturelle » au droit accordé tant que les conditions d'usage sont respectées.

⁹ La majorité des informations de cette section sont tirées d'un entretien avec l'œnologue en chef (*chief winemaker*) de Pernod Ricard NZ, qui a fait toute sa carrière au sein de l'entreprise Montana avant son rachat par le groupe français.

¹⁰ Pour des raisons évidentes d'accès au marché américain. Le groupe produit encore des vins sous la marque Montana mais pour le marché néo-zélandais exclusivement.

À elle seule la cave du site de Brancott Estate, située au cœur de la région du Marlborough, produit 40 millions de litres par an (soit environ la production du canton du Valais en Suisse). Les infrastructures d'encavage du site, immense enchevêtrement de tuyaux et de cuves au chrome éclatant, en bordure de la principale route de la région, font croire à la présence d'une raffinerie. Une erreur courante de la part des visiteurs qui découvrent les caves du Marlborough. Des sites d'une ampleur comparable sont dispersés dans toute la région.

L'entreprise met globalement l'accent sur la production de vins « *innovants* ». Cela se traduit par un investissement très important en recherche et développement, notamment dans la recherche des précurseurs aromatiques et des vins à faible teneur en alcool ainsi que par une place très importante accordée au marketing pour « *renforcer les marques* » (du groupe)¹¹. En outre, l'entreprise a fait développer par des ingénieurs locaux un système de cuves innovant : d'énormes vérins hydrauliques permettent de retourner les cuves de réception du raisin, favorisant le contact du moût avec les peaux lors du soutirage (qui, pour le coup, se fait « *à l'envers* ») dans le but de renforcer l'expression de la typicité du MSB selon les recommandations des chercheurs.

L'objectif du groupe est d'opérer une montée générale en gamme pour ses vins, afin de faire face à l'inéluctable limite de la surface disponible pour du MSB. Sachant que le volume de production va tout prochainement atteindre son plafond et se heurter aux limites physiques des infrastructures de la ressource, l'entreprise construit une stratégie d'augmentation progressive des prix afin de se concentrer sur le secteur premium et maîtriser ainsi la croissance de la demande. Les rendements présentent encore un fort potentiel de croissance sur les parcelles existantes (ce qui doit permettre de compenser en partie l'impossible extension de l'encépagement), mais il s'agit d'abord d'amener les consommateurs à accepter un niveau de prix plus élevé. Le modèle de la Champagne est évoqué comme référence, au détail près que dans le cas d'espèce, il ne saurait certainement pas être question d'un contrôle collectif des volumes produits chaque année, comme c'est le cas en Champagne. L'enjeu consiste ainsi à maintenir les caractéristiques typiques du MSB tout en convainquant les consommateurs d'accepter de monter en gamme.

Le groupe Pernod Ricard New Zealand a adopté, à cette fin, une logique de concentration sur certaines marques porteuses qui disposent d'une forte notoriété et d'un potentiel de croissance plus marqué. L'équipe des *winemakers* définit les styles de chacune des principales sous-régions (Awatere Valley, Waipra, etc.) et les développe sur les marchés qui y sont les plus favorables. Le groupe est favorable à une Indication géographique (IG) pour le Marlborough comme outil de protection contre la contrefaçon étrangère, mais il ne souhaite pas plus de régulation sur la provenance pour les sous-régions.

¹¹ Souligné par le *chief winemaker* durant l'entretien.

Au croisement paradoxal de la logique productiviste du MSB et de la stratégie de montée en gamme, le groupe vient de lancer un projet qui concentre de puissantes valeurs symboliques sur le MSB. Il s'agit d'un MSB nommé « *Chosen Rows* » (littéralement « *Rangs choisis* »), issu de raisins sélectionnés pour leur potentiel de vin de garde et pour leur complexité et produit seulement si la qualité du millésime le justifie. La bouteille est vendue pour une centaine de dollars (contre 14 NZ\$ pour le MSB classique de Brancott Estate), après quatre ans de maturation dans les caves de Pernod Ricard. La stratégie pour ce vin d'exception a consisté à impliquer une série de critiques influents, les « *gatekeepers* », durant les quatre ans de l'élevage. Ceux-ci ont été invités chaque année à Brancott Estate pour suivre l'évolution du vin et participer à des dégustations comparatives avec d'autres MSB ainsi que des sauvignons très réputés, utilisés en tant que « *benchmarks* » (*i. e.* points de référence), notamment du Sancerre, qui constitue un modèle en termes de structure. Cette implication des critiques a donné lieu à une large couverture médiatique pendant quatre ans. En fin de processus, le vin a été présenté à Londres, en conservant le modèle de la dégustation comparative pour mettre en valeur la capacité du produit « *Chosen Rows* » à se mesurer à des sauvignons blancs réputés excellents.

Un autre produit illustre à la fois la mobilisation de valeurs symboliques empruntées au Vieux Continent et la fusion de deux rentes territoriales par le biais d'une marque. Pernod Ricard est propriétaire d'une marque de Champagne, Deutz. La cave de Brancott Estate produit ainsi un mousseux en méthode traditionnelle qui combine les valeurs symboliques de la marque, associée au champagne, avec la réputation du Marlborough, le Deutz Marlborough Cuvée. Pour cela, un partenariat a été conclu avec la marque propriété du groupe mère, à laquelle des royalties sont versées pour chaque bouteille vendue. Comme le résume l'entreprise: « *Deutz Marlborough Cuvee marries the best New Zealand grapes with traditional French Champagne-making techniques establishing a benchmark for New Zealand wine excellence.* »¹²

Pernod Ricard s'inscrit ainsi dans une double dynamique, axée sur le développement de vins de masse de production industrielle (*downscale*) et la production de vins à haute différenciation par l'origine (*upscale*, avec le vin Chosen Rows). En cela, cette stratégie correspond exactement aux deux dynamiques « *polaires* » qu'Overton & Murray (2010) associent à la globalisation de l'industrie du vin: une dynamique *downscale*, qui correspond à la recherche d'homogénéisation des vins et de faibles coûts de production, et une dynamique *upscale* qui fait apparaître, y compris dans l'assortiment d'entreprises industrielles, des vins qui se différencient de façon plus marquée, en association avec des critères de localité (Overton & Murray, 2010).

¹² <http://deutz.co.nz/>.

20.2.2 Indevin – Croître avec des vins de masse

L'entreprise Indevin se présente sans ambiguïté comme: «*New Zealand's leader in large scale wine infrastructure & supply*»¹³. Il s'agit du principal producteur de la région, spécialisé dans la vinification à façon et en grand volume. Depuis 2014, Indevin encave plus de 50 000 tonnes de raisin (soit un peu moins de 50 millions de litres). L'entreprise illustre aussi bien la croissance massive de la production dans la région que le rôle des infrastructures de vinification dans cette dynamique.

Indevin est caractéristique du phénomène d'attraction de nouveaux acteurs – et surtout de capital – dans le Marlborough depuis la fin des années 1990 et des alliances construites depuis. En 2008, Hayward et Lewis relevaient déjà (l'entreprise s'est massivement développée depuis) qu'Indevin constituait une interface industrielle qui permettait d'ouvrir la ressource à des acteurs jusque-là étrangers au secteur :

«An interesting group of investors have come from outside the industry [...]. A prominent example of the new breed of grower is a local mussel farmer who, as recently as 1998, first invested in vineyards but has subsequently become the largest independent grape-growing enterprise in New Zealand: Yealands Estate. Another former seafood operator, Duncan McFarlane, established the contract processor/winery Indevin that crushes grapes and makes wine on contract. Its clients include non-local wineries, brand-owning growers, and third parties such as overseas importers.» (Hayward & Lewis, 2008, p. 132)

L'entrepreneur qui fonde Indevin en 2003 réalise rapidement que la dynamique de croissance de la région souffre d'un manque d'infrastructures de vinification¹⁴. Le succès de l'entreprise est depuis clairement fondé sur la mise à disposition du composant infrastructure pour assurer le développement de la ressource. 3 200 tonnes de raisins sont traitées en 2004, alors que l'entreprise achète une centaine d'hectares de vignoble.

Un tournant vers la croissance est pris avec un apport majeur de capital étranger en 2006. C'est une banque d'investissement internationale, Impact Capital¹⁵, spécialisée dans le développement d'entreprise en début de croissance, qui devient alors l'actionnaire principal.

Indevin noue rapidement des alliances pour renforcer (le volume de) son accès aux marchés d'exportation, et une partie de l'entreprise est dédiée spécifiquement à la création de contrats à long terme avec les principaux distributeurs à l'étranger dès 2007.

¹³ <http://www.indevin.com/>.

¹⁴ La majorité des informations de cette section sont tirées du site web de l'entreprise : <http://www.indevin.com/about-us/history/>.

¹⁵ <http://www.impactcapital.com>.

Sur le plan interne, elle s'étend désormais au-delà du Marlborough, *via* notamment un second site d'encavement dans l'autre grande région de production du pays, à Hawks Bay dans l'île du nord.

C'est en 2010 qu'une seconde alliance déterminante est nouée avec le premier groupe de boisson alcoolisée de Nouvelle-Zélande, Lion Nathan (qui était déjà un acteur majeur au cœur du système des licences, un siècle plus tôt). Les deux entreprises s'associent pour acheter plusieurs marques dont Pernod Ricard souhaite se défaire (voir *supra*). Indevin voit ainsi sa taille doubler et devient, en outre, le distributeur des principales marques de vins néo-zélandaises et australiennes du groupe Lion Nathan.

Par le biais de ces alliances déterminantes avec des acteurs globaux, horizontalement bien sûr mais aussi verticalement dans la filière au travers d'un rapprochement avec la grande distribution sur les principaux marchés, comme par l'apport massif de capital étranger, Indevin s'est immédiatement engagé, avec succès, dans une dynamique de croissance fondée sur le volume. Les valeurs sensorielles sont peu développées, alors que les principales valeurs symboliques recherchées sont celles apportées par des marques et, bien sûr, par la dénomination du Marlborough (et du MSB). Contrairement à Pernod Ricard, Indevin ne partage pas l'idée d'une montée en gamme – qui impliquerait un accent plus marqué sur les valeurs sensorielles et des valeurs symboliques plus élaborées – pour maintenir la croissance de la ressource face au plafond d'encépagement. Selon le directeur, il est important de connaître le style que les consommateurs attendent du Marlborough, mais surtout les limites de ses dispositions en termes d'élasticité du prix: «*At a certain point, if we keep charging too much they will become disengaged*»¹⁶. En clair, une trop forte augmentation des prix risquerait de faire fuir les consommateurs.

20.2.3 Fromm – Faire évoluer les valeurs sensorielles

La cave Fromm Winery est fondée en 1992 par un vigneron suisse, issu de la quatrième génération d'une famille vigneronne des Grisons, associé à un œnologue également grison, employé depuis dix ans dans une cave de la région de Gisborne¹⁷.

La cave ne reflète pas le style industriel qui caractérise le Marlborough et affiche son lien avec le style du Vieux Continent: «*Fromm Winery has built an international reputation by producing an array of outstanding wines that reflect both European style and kiwi ingenuity*»¹⁸. Avant l'entretien, l'œnologue en chef tient à faire savoir qu'il n'est pas représentatif du style dominant du Marlborough.

¹⁶ *Winepress*, November 2014, 242, p. 11 (Il s'agit du mensuel publié par l'association régionale, Wine Marlborough, Ltd.)

¹⁷ Les éléments de cette section sont tirés essentiellement d'un entretien avec ce même œnologue, qui dirige la cave depuis le début.

¹⁸ <https://frommwinery.co.nz/pages/our-story>.

Il décrit les valeurs du vin qu'il recherche comme suit :

*« Our philosophy places terroir over technology, and grape quality over quantity. We are dedicated to producing intense, concentrated wines. All Fromm wines have an uncompromising emphasis on texture and drinkability. We carefully regulate crop size, follow organic principles and are committed to sustainable viticulture. »*¹⁹

La cave met en effet l'accent sur la qualité plutôt que sur les volumes. Elle possède 5 ha en propriété et achète du raisin en provenance de 5 ha supplémentaires dans le cadre de contrats très stricts incluant un contrôle régulier à la vigne. Les rendements moyens sont environ de 6,5 tonnes/ha, soit environ la moitié de la moyenne régionale. La majorité des vins sont certifiés « bio » et la cave fait partie d'une association régionale des producteurs bio et biodynamique, MaNa (Marlborough Natural Winegrowers), qui regroupe une demi-douzaine de membres et qui exige notamment, outre le certificat « bio », que le raisin provienne à 100 % de la région.

Fromm Winery défend une pratique artisanale et non industrielle la moins interventionniste possible, et qui favorise l'expression du terroir (des terroirs de la propriété) ainsi que des variations naturelles selon les millésimes.

Le *winemaker* indique qu'il doit se compromettre un peu pour que la cave puisse survivre et faire des vins qui ne correspondent pas totalement aux valeurs qu'il recherche. Cette perte d'authenticité nécessaire est assumée. Selon lui, 90 % des consommateurs ne s'intéressent qu'à des vins d'entrée de gamme et n'ont pas les compétences nécessaires pour apprécier davantage de complexité. Ce qui nécessite de s'adapter (vers le bas) pour survivre. Ce qui implique aussi, par exemple, de proposer des vins plus colorés, plus fruités.

En termes de profil sensoriel, les vins de Fromm se situent également à la limite (sur le fil) de la typicité sensorielle du MSB dont le standard ne favorise pas les vins marqués par de la structure, de la longueur et de l'expression du terroir.

L'uniformisation des valeurs sensorielles est un défi majeur, selon le *winemaker*. Il critique et met en question de façon frontale l'importance qu'occupent les « *third parties* » dans l'internationalisation du goût : ceux-ci contribuent à standardiser le profil légitime du Marlborough et poussent à davantage de bois ou de sucre résiduel par exemple (les Chardonnay du Marlborough sont souvent très fortement boisés). L'expression « *third party* » désigne les critiques du vin, institutionnalisés dans les grandes revues de critique tels que *Decanter* ou le *Robert Parker's Wine Advocate*, ou leur version 2.0

¹⁹ Cet extrait est tiré du site <http://www.frommwinery.co.nz/en/index.cfm>, qui a été remanié depuis.

actif sur des blogs et sur les réseaux sociaux. Il souligne l'impact négatif (car trop structurant) que ces intermédiaires du goût ont sur la construction des dispositions de réception des consommateurs, qui s'apparente de plus en plus à des « *parker-points chasers* » (en référence aux notes sur 100 points attribuées par le célèbre critique).

Pour illustrer l'importance démesurée du rôle des critiques, le *winemaker* relève le cas de l'un de ses pinots qui a fait la couverture de la prestigieuse revue *Decanter* en janvier 2015, classé dans le top 50 des meilleurs vins de l'année. La veille de la parution de la revue, un client jusqu'ici inconnu, mais certainement possesseur d'une information privilégiée, lui a passé une commande d'une palette (plusieurs dizaines de caisses) du même vin.

Le *winemaker* regrette que: « *Very few consumers are able to make their own judgment. They need someone to tell them* ». Il résulte de ce processus un manque de lien entre le vin et les valeurs culturelles locales, les gens et le lieu de la provenance. Selon le *winemaker*, seuls certains labels très réputés et établis, tels que Cloudy Bay (propriété du groupe de luxe LVMH), ou encore Dog Point, osent sortir du cadre et proposer des profils sensoriels différents du standard établi du Marlborough et du MSB.

Afin de faire évoluer la ressource vers les valeurs qu'il défend, le *winemaker* s'est engagé dans la création du Pinot Boot Camp en 2011, un groupement informel qui vise à diffuser et à accroître discrètement les savoir-faire locaux concernant le pinot noir.

Il s'agit d'un événement annuel de petite envergure inspiré du modèle du Southern Pinot Workshop, avec un ancrage local : dégustations comparatives, à l'aveugle, échanges constructifs entre *winemakers*, techniques, focus thématique (ainsi la question « *grappes entières ou non* » en 2014, le sujet à la mode). Le budget pour un jour et une nuit en sac de couchage, dans un lieu à l'écart, est de 250 \$ dont l'essentiel est dédié aux Bourgogne de la première dégustation. Le *bootcamp* est réservé aux *winemakers* motivés, et son recrutement est assuré par le bouche-à-oreille. Il cible les *winemakers* « *seniors* » issus des grandes caves, si possible, qui peuvent prendre des décisions influençant la ligne de vinification de la cave qui les emploie. Les *bootcamps* aboutissent à des points de régulation fine des aspects sensoriels du pinot, comme la baisse de l'acidité de 6 à 5 gr sur plusieurs années, de façon à réduire le besoin en sucre résiduel pour l'équilibre.

La stratégie du *bootcamp* est pragmatique, progressive et consensuelle: elle consiste à « infiltrer » progressivement les grandes *wineries* (par le truchement de leurs *winemakers*) et faire évoluer progressivement le goût et la qualité des pinots locaux sans bousculer l'industrie. Ce genre d'échange d'informations et de savoir-faire, comme dans le cas du Southern Workshop, est loin d'être anodin, surtout pour des *winemakers* employés par des caves qui investissent des sommes importantes en R&D et sont parfois jalouses de leur technique.

Cette posture consensuelle dans la logique du *bootcamp* est comparable à celle adoptée par le groupement de producteur « *bio* » MaNa, qui a notamment choisi d'adopter un profil bas s'agissant de la question des rendements dans la région, alors même que tous ses membres considèrent que les rendements du MSB sont totalement excessifs et défavorables à la qualité. Cette stratégie consiste à ne pas « *ouvrir* » les rivalités afin de maintenir une dynamique constructive, même avec les grands acteurs industriels.

C'est sur ce genre de modèle que les porteurs de valeurs sensorielles plus complexes tâchent de faire évoluer la ressource en influençant progressivement l'industrie locale. Des AOC et une régulation plus contraignante seraient dommageables, car elles créeraient trop de conflits (rivalités) ouverts. La meilleure solution parmi les possibles consiste, pour ces acteurs et pour Fromm Winery, à éduquer les consommateurs quant à l'intégrité de certains producteurs et de certaines caves.

20.3 L'ARL DU MARLBOROUGH

L'ARL est canalisé par le travail de l'association régionale des producteurs (Marlborough Winegrowers Association Incorporated), mais il apparaît vite dans les faits que la majorité des initiatives relatives à l'orientation de la ressource reviennent aux grandes entreprises d'encavage (qui s'impliquent surtout au niveau national comme nous l'avons montré plus tôt). Le travail réalisé par l'association régionale consiste essentiellement à diffuser des informations auprès des membres et à mener une action promotionnelle consensuelle favorisant une contribution minimale en termes d'entretien collectif de la ressource. Dans l'ensemble, les acteurs rencontrés soulignent tous que chacun fait ce qu'il veut (*i. e.* en fonction de son marché et de ses choix de production et de vinification). Le principe de la libre entreprise est très structurant, et il n'est pas question d'imaginer une action collective coordonnée, encore moins contraignante : « *It's a free country* », comme le résume l'œnologue en chef d'une des plus grandes caves internationales.

20.3.1 Marlborough Winegrowers Association Incorporated

L'association faitière régionale, Marlborough Winegrowers Association Incorporated, a pour membres l'ensemble des producteurs de raisin et de vin actifs dans la région. Elle est financée par les contributions que ces derniers payent aux deux associations nationales, contributions qui sont reversées, selon un mécanisme de péréquation, à chaque association régionale.

Les buts de l'association consistent à promouvoir l'amélioration de la viticulture, de la vinification et de l'œnologie, mais aussi la recherche et la

formation dans ces domaines, et à encourager la publication et la distribution de données et de matériel informatif à leur sujet (Statuts, art. 3.1)²⁰.

Les décisions sont prises par un comité composé de onze membres dont cinq sont issus de la production et cinq de l'encavage (Statuts, art. 7).

Concrètement, l'ensemble du travail opérationnel de l'association dans le cadre de l'arrangement local s'exerce au travers d'une société à responsabilité limitée.

20.3.2 Wine Marlborough Limited

Wine Marlborough Ltd (WM) s'appuie sur une équipe rémunérée de cinq personnes. Le directeur de la société WM considère que les enjeux principaux pour le développement de la ressource sont actuellement la disponibilité en eau et la lutte contre les maladies et les parasites de la vigne²¹.

Pour faire face à ces deux enjeux ciblés, WM s'emploie 1) à exercer un *lobbying* au niveau national de façon à ce que le cadre réglementatif (essentiellement l'évolution du *Resource Management Act* de 1991 qui encadre les principes d'allocation des droits d'eau) soit sensible aux besoins de la viticulture; 2) à diffuser les informations et le savoir-faire quant aux bonnes pratiques pour se prémunir des maladies et des parasites; et 3) à favoriser le fait que tous les producteurs de la région « racontent la même histoire » dans leur communication promotionnelle. Le travail de promotion et d'information est surtout utile pour les entreprises de 1^{re} et 2^e catégorie. Les plus grandes (3^e catégorie) ont des ressources suffisantes et s'intéressent peu à l'action collective locale.

WM dispose d'un budget de 1,1 million NZ\$, dont 400 000 proviennent de la redistribution des contributions payées à NZW. Par le biais de la péréquation, l'ensemble des producteurs du Marlborough sont contributeurs nets, ce qui pousse l'action collective locale – du point de vue des grandes caves en particulier – à se désintéresser relativement de la structure régionale au profit de l'association nationale. Les ressources additionnelles proviennent des recettes de manifestations locales de promotion que WM organise (particulièrement le Wine & Food Festival, voir *infra*).

La règle générale qui structure la base des comportements reste la liberté d'entreprise: l'ombre de la Commission de commerce est permanente depuis qu'elle a sanctionné l'association nationale dans le cadre d'une plainte très médiatisée en 2010 (voir Encadré 32).

²⁰ Rules of the Marlborough Winegrowers Association Incorporated. Version amended the 28 August 2009

²¹ Selon l'entretien.

Encadré 32. Le rappel à l'ordre et l'ombre de la Commission de commerce

À la suite d'une crise de surproduction survenue après deux millésimes très prolifiques (2007 et 2008), conjuguée à la crise financière internationale, NZW avait invité les producteurs à viser des rendements plus bas (autour de 8 tonnes à l'hectare) pour le millésime suivant, dans l'intérêt de l'industrie nationale. Ce simple appel a amené certains producteurs à saisir la Commission de commerce qui, après enquête, a « *averti* » NZW (ce qui ne constitue donc pas une sanction) en lui rappelant que toute forme de pression sur les acteurs de la branche pour limiter les quantités ne relevait pas de ses compétences et contrevenait à la liberté d'entreprise. De fait, l'art. 32 du *Commerce Act* de 1986²² spécifie que les associations professionnelles regroupant plus de cinquante membres peuvent émettre des prix recommandés. En revanche, aucune pression ne doit être exercée sur les membres pour qu'ils suivent une telle recommandation²³.

On peut relever ici que le coup de semonce de la commission vient confirmer l'habitus très libéral du pays, qui se retrouve dans une phrase entendue régulièrement durant le séjour de recherche : « *It's up to you* » (tu fais comme tu veux). Toute l'action collective de l'industrie s'élabore et se débat (au double sens) dans le cadre strict de la liberté d'entreprise. À ce titre, la Suisse et la Nouvelle-Zélande ont fondamentalement divergé en 1991, lorsque le Tribunal fédéral a accepté le principe des restrictions quantitatives associées aux AOC, en reconnaissant leur légitimité à entraver la liberté commerciale pour favoriser la qualité du vin (voir Laesslé, 2014).

Le directeur souligne que sa marge de manœuvre auprès des membres est très limitée et que WM doit s'en tenir à de la simple communication (pour faciliter la diffusion des savoir-faire viticoles). La société doit être prudente dans les conseils qu'elle adresse aux membres : aucune de ses recommandations en faveur de la qualité ne doit apparaître comme une entrave à la liberté économique. Chacun doit rester totalement libre de ses choix économiques (dans le cadre de la régulation vitivinicole prévue par le *Wine Act* bien entendu). WM s'emploie ainsi essentiellement à canaliser le discours des entreprises et leur *storytelling*, afin que tous racontent si possible « la même histoire » en présentant le Marlborough, c'est-à-dire l'histoire telle qu'on la retrouve sur le site de WM.

²² *Commerce Act*, 1986 Public Act N° 5, Date of assent 28 April 1986. Reprint as at 1st December 2014

²³ « *Commission offers growers amnesty* », in BusinessDay.co.nz du 15 juin 2010.

Il s'agit d'un narratif très consensuel, qui vante la région, son paysage, le style très fruité et aromatique de ses vins et le désir des acteurs d'exprimer son terroir unique tout en explorant les nuances du paysage.

«It has been said that there is no wine anywhere in the world that tastes like the wine of Marlborough – the balance of extraordinary purity and intensity of flavours set around impressive aroma, distinctive fruit characteristics and appealing balanced acidity is superb. [...] As with any of the great wine making regions of the world, the answer lies in a magical synergy of climate and soil, underpinned by our desire to express this unique terroir. Here in the north-eastern corner of New Zealand's South Island, bounded by the Pacific Ocean to the east and towering mountain ranges in the hinterlands to the north and south, a broad alluvial plain stretches from the coastline, gradually rising into narrow valleys with favourable northerly aspects. Ours is a diverse landscape of spectacular natural beauty and bounty. [...] In the span of just a few decades winemakers have embraced this small, yet geographically diverse region, exploring the nuances offered by its landscape to craft exhilarating flavours in many different wine styles.»²⁴

En ce qui concerne le développement des indications géographiques, WM et l'industrie de la région sont officiellement favorables à la mise en œuvre de la législation sur ce sujet²⁵, mais non à un système plus restrictif sur le plan local (de type AOC). Et le projet de rédaction de l'ordonnance IG en question n'aurait pas été possible sans le soutien de ces mêmes acteurs du Marlborough.

En termes de relations avec l'Europe, WM a récemment mis sur pied (2009) un programme d'échange de savoir-faire qui souligne, s'il le fallait, l'orientation très commerciale de l'arrangement local. Il s'agit d'une bourse financée par WM et d'une fondation²⁶, qui permettent à des jeunes acteurs de l'industrie du vin au Royaume-Uni (surtout dans le domaine de la distribution) de passer trois semaines à visiter les caves et à rencontrer les producteurs du Marlborough.: *«(A) scholarship which funds an exceptional wine industry professional from the UK to travel to New Zealand to experience Marlborough's wine industry, thus furthering their wine knowledge and assisting their personal development as a potential leader in the wine industry»²⁷*. Ce projet, qui cible des professionnels de la vente dans l'un des plus importants marchés de distribution des vins du Marlborough, contraste avec un projet

²⁴ <http://www.wine-marlborough.co.nz/about-marlborough/>.

²⁵ *The Press*, 7 avril 2015

²⁶ NZ-UK Link Foundation. Anciennement la Waitangi Foundation, créée en 1990. Elle soutient les liens entre la Nouvelle-Zélande et le Royaume-Uni par divers prix, bourses et programmes d'échange.

²⁷ Wine Marlborough - nz-uk link foundation Wine scholarship 2014/2015 Application form, p. 2.

comparable d'échange de savoir-faire réalisé en Central Otago, mais orienté vers les savoir-faire viticoles (voir chapitre 21).

20.3.3 Manifestations de promotion

Depuis 1985, la région – et désormais WM – organise le Marlborough Wine & Food Festival, qui se déroule sur une journée. De nombreuses caves sont présentes et font déguster leurs vins. Des *master classes*, par exemple sur la Méthode Marlborough pour les mousseux, ou sur l'accord vins et fromages, peuvent y être suivies par le public. Des concerts et des animations animent ce festival très populaire dans la région, et profitable pour WM.

WM organise également d'autres événements promotionnels. Le Marlborough Wine Weekend, qui se tient tous les deux ans, s'adresse à un public plus « *pointu* » et permet de déguster les vins les plus prestigieux de la région en accompagnement de repas soignés, dans des sites au paysage typique. Un événement de promotion se tient à Wellington, la capitale du pays située de l'autre côté du détroit qui sépare les deux îles. Il est associé à une course de voiliers dans la baie, la Wineworks Marlborough Sauvignon Blanc Competition et permet au public participant de rencontrer les *winemakers* du Marlborough et de déguster le dernier millésime de MSB. Ces événements visent à entretenir les dispositions des consommateurs, en s'adressant cependant essentiellement à des consommateurs locaux, éventuellement à des touristes.

D'autres concours organisés par WM sont destinés à récompenser le meilleur jeune vigneron de l'année ou encore les meilleurs ouvriers de la taille. Ces concours visent essentiellement à renforcer et à valoriser les savoir-faire locaux.

20.3.4 International Sauvignon Blanc Celebration

Un dernier événement mérite d'être relevé, notamment en préambule à la présentation du cas de Central Otago. Il s'agit de la International Sauvignon Blanc Celebration, organisée pour la première fois en février 2016 et qui semble reproduire à quelques détails (importants) près le modèle qui fait le succès de la région de Central Otago.

Cette *Celebration* a pour slogan « *Flavour, Style, Regionality, Diversity* ». L'événement qui doit s'étaler sur trois jours dans le Marlborough, va accueillir des producteurs de sauvignon blanc du monde entier. C'est le *winemaker* en chef de Pernod Ricard NZ qui préside le comité de cette nouvelle manifestation. Cette manifestation est davantage ciblée sur les critiques internationaux. Concrètement, l'association nationale NZW finance la venue de 75 critiques internationaux, le reste du public devrait représenter 300 à 400 participants, soit une manifestation d'ampleur conséquente. L'organisation de la Celebration contribuera à financer la venue de caves du monde entier, réputées pour leur sauvignon blanc, alors que les caves de Nouvelle-Zélande devront payer leur

place (logique du *user-pay*). Le but, selon le président du comité, est d'entretenir les dispositions de réception des consommateurs et d'alimenter leur intérêt pour le cépage, si décisif pour l'industrie locale. Le président espère en outre démontrer que le MSB n'est pas une simple marchandise, contrairement à ce que soutiennent certaines critiques, selon lui. Le programme²⁸ prévoit de multiples séminaires et présentations sur des thèmes variés, tels que «*global diversity of styles*», «*future of sauvignon blanc*», «*flavour science*» ou encore «*marketability of sauvignon around the globe*», ainsi que des dégustations internationales, une *garden-party* le premier soir, une sortie en train touristique le long de la côte, et un dîner de gala le dernier soir.

20.4 CONCLUSION DU CAS

L'ARL, centré autour de l'association régionale, se limite à une action très modeste en faveur de l'entretien de la ressource. Il favorise la diffusion de savoir-faire (notamment dans le domaine de la lutte contre les parasites) à l'intention des petits producteurs (de raisin essentiellement). Le reste du travail d'entretien cible les dispositions de réception selon deux axes : d'une part, la communication adressée aux membres dans le but d'homogénéiser le *storytelling* et, d'autre part, au travers de manifestations de promotion (festival, *wine week-end*).

Pour le reste, les acteurs individuels de l'industrie locale suivent leur propre stratégie pour exploiter au mieux la valeur symbolique de l'appellation de la région. Certains poursuivent un développement massif du volume, axé sur des valeurs sensorielles de vin de masse et d'arômes typiques du MSB, qui requiert un développement des infrastructures de la ressource. D'autres travaillent au maximum sur les savoir-faire techniques pour alimenter aussi bien leur stratégie *downscale* (vin de masse) que *upscale* (vin d'exception). Enfin, des acteurs plus marginaux apportent une contribution significative à la réputation de la région dans le domaine des valeurs sensorielles plus fines (expression du terroir, vin naturel, complexité, etc.) et s'engagent, de manière subtile, pour faire évoluer progressivement les savoir-faire de la région vers ces valeurs symboliques et sensorielles.

En creux, il apparaît à nouveau (comme évoqué dans la présentation de l'arrangement national) que l'arrangement institutionnel qui a le plus d'impact sur la ressource dans le périmètre du Marlborough se situe davantage au niveau de l'arrangement national. C'est en effet à ce niveau que les grandes entreprises opérant dans la région s'impliquent le plus dans le développement des dispositions de réception des consommateurs à l'étranger, sur des marchés ciblés, en faveur des vins de Nouvelle-Zélande dont le centre de gravité et le principal outil de différenciation restent le Marlborough sauvignon blanc.

²⁸ Selon la plaquette fournie par le président du comité.

Tableau 14 Synthèse de l'arrangement de régulation localisé du Marlborough

Variable		Description
Indépendantes	Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Configuration de trois types d'acteurs, mêlant producteurs (de raisin et/ou de vin) locaux ou nationaux et capital international, et tournés vers différentes combinaisons de valeurs. Les acteurs majoritaires (grandes caves nationales et groupes internationaux) recherchent avant tout la production de flux de revenus vitivinicoles (croissance de la ressource) et la réputation de l'appellation (dont ils exploitent la rente). Certains acteurs (modèle Pernod Ricard) recherchent également la production de valeurs symboliques et sensorielles, parfois nouvelles : vin d'exception, vin typique, arômes spécifiques. Des acteurs plus minoritaires tournés vers la qualité (modèle Fromm) visent des valeurs symboliques et sensorielles plus variées, notamment <i>via</i> le pinot noir (vin d'exception, complexité, expression du terroir).
	Ressources d'action	Mobilisation de ressources infrastructures (achat de terrains, irrigation, infrastructures d'encavage et de distribution). Organisation et majorité au niveau national de NZW, pour peser sur les choix stratégiques qui lient la Nouvelle-Zélande au MSB, mais aussi <i>via</i> WM. Construction d'une dotation en ressources argent (inclusion du capital international jusqu'ici étranger à la viticulture) par les grandes caves et consensus par les acteurs de type Fromm, pour impliquer les <i>winemakers</i> des grandes caves dans la recherche de nouvelles valeurs sensorielles.
	Créativité institutionnelle	La créativité institutionnelle <i>via</i> le niveau national pour assurer la croissance de la ressource en liant le MSB à la notoriété internationale de la Nouvelle-Zélande. Des pièces formelles (<i>Complexity</i> par exemple) et informelles (comme <i>Family of XII</i>) complètent la structure formelle de NZW, dominée par les grandes caves actives dans le Marlborough. Stratégie de symbiose interne nationale (narratif industrie et qualité) prolongée par WM (homogénéisation du <i>storytelling</i>). Producteurs axés sur l'évolution des valeurs sensorielles et symboliques (modèle Fromm) particulièrement créatifs pour entretenir cette symbiose (complément), en amenant subtilement les acteurs clé des grandes caves vers de nouvelles valeurs symboliques et sensorielles (<i>via</i> le Pinot Boot Camp ou MaNa).
Dépendantes	Dimensions de régulation	Définition de règles d'appartenance (DR1) très ouvertes. Les acteurs de type Fromm et Pernod Ricard renforcent l'entretien de la ressource, mais les règles d'entretien et d'exploitation (DR2) restent faibles, WM y contribuant simplement par le <i>storytelling</i> commun. Règles d'arbitrage (DR3) faibles, laissées au marché (voir la Commission de commerce).
	Constituants touchés	Accent majeur porté sur les dispositions de réception des consommateurs (narratif industrie/qualité, <i>storytelling</i> homogène et Sauvignon Blanc Celebration) articulé avec le travail sur les savoir-faire (pour la maîtrise du profil sensoriel du MSB et, plus marginalement, sur le pinot noir). Travail complémentaire sur les infrastructures (infrastructures d'irrigation, densification de l'encépagement).

CHAPITRE 21

ÉTUDE DE CAS VI - L'APPELLATION CENTRAL OTAGO

« Central Otago's branding was ideally positioned to capture the rural idyllic strand of post-modern aesthetics dominant in the 1980s-1990s, particularly in food and wine. Rugged environmental beauty completed narratives of gold-mining histories and other struggles to extract wealth from difficult landscapes. The struggle of pioneer winemakers to make pinot noir from schist and quartz against the odds and amidst the disbelief of wine experts could be narrated as another chapter. »
(Newth *et al.*, 2011, p. 9)

21.1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

Central Otago est une des plus jeunes régions viticoles de Nouvelle-Zélande : la majorité des vignes ont été plantées autour des années 2000. Sa production actuelle correspond à environ 3 % de la production nationale, dont 70 % de pinot noir à haute valeur ajoutée.

Malgré la part minimale qu'elle représente dans la production nationale, la ressource est particulièrement saillante dans le paysage vitivinicole néo-zélandais. Elle complète, dans un segment de vin rouge haut de gamme, l'espace occupé très majoritairement par le vin de masse, le sauvignon blanc du Marlborough. Elle se fonde sur le travail – considéré alors comme de la folie – entrepris par une poignée de « pionniers » qui se sont mis en tête de faire pousser du vin dans la région dès la fin des années 1970. L'arrangement actuel doit encore énormément à l'énergie, à l'esprit d'entreprise et de collaboration et à la créativité institutionnelle de ces pionniers.

21.1.1 La région

Central Otago est le nom communément donné au territoire couvert par le Central Otago District et par le Queenstown Lake District, un ensemble qui correspond à une portion du territoire de la région d'Otago¹.

¹ Pour une carte de la région, voir <https://teara.govt.nz/en/map/12586/central-otago>.

« *Central Otago* » est donc une région informelle, située au sud de l'île du sud de la Nouvelle-Zélande, autour du 45° parallèle. Elle est entourée de montagnes, parsemées de lacs et marquées par des rivières et des gorges abruptes qui font la réputation et l'attrait de son paysage.

C'est durant le xx^e siècle que le paysage de Central Otago voit sa construction culturelle s'élaborer, centrée sur une imagerie pastorale qui se déploie dans des hautes plaines et dans un environnement sauvage :

« *The European narratives of high country reached their maturity in the mid twentieth century, when painters and poets used the drama of the high country to help shape an emerging awareness of what it meant to be a New Zealander [...]. They portrayed rugged individuals living, working, and making their peace with a wide and beautiful but unforgiving landscape.* » (Swaffield & Brower, 2009, p. 162)

L'ampleur de la libéralisation commerciale poursuivie depuis les années 1980, bien plus complète que celle entreprise par d'autres pays suivant la même voie, a largement exposé l'économie du pays aux aléas de la globalisation, laissant des traces visibles sur ses paysages (Swaffield & Brower, 2009, p. 162). Central Otago en porte aussi les traces.

Le bassin central est marqué par de multiples terrasses géologiques formées durant les diverses périodes glaciaires. Dans une région parfois semi-désertique, le sol est très sec, très drainant, composé essentiellement de loess sur de nombreuses dalles de schistes (roche granitique), parfois apparentes. Selon la formule sans détour de certains winemakers kiwis, « *It's a f***ing desert* ». Les faibles précipitations sont compensées par une irrigation contrôlée, puisée notamment dans le lac de retenue d'un barrage. Des vents variés réguliers (nord-est et sud-ouest surtout) menacent parfois les cultures, mais donnent surtout à la région un caractère qui peut être très rugueux.

Plusieurs sous-régions² composent la mosaïque des surfaces plantées en vignes en Central Otago. Certaines sont bien distinctes et isolées géographiquement (Wanaka, Alexandra, Gibbston Valley), d'autres ont des limites moins claires et peuvent se chevaucher (Bannockburn et Cromwell, Lowburn et Pisa, Bendigo et Taras). Les types de sols quant à eux peuvent se recouper entre régions, notamment sur la base de l'âge des terrasses géologiques.

Le climat est particulièrement aride, les étés peuvent être très chauds (max. 38°), mais les nuits sont fraîches, ce qui assure un différentiel de température favorable au développement des arômes du raisin. L'automne est généralement long et sec, l'hiver est froid (avec des températures cependant rarement inférieures à -10°), et c'est surtout le gel tardif, en novembre, qui est

² Une carte des sous-régions viticoles de Central Otago est disponible sur le site de la Central Otago Pinot Noir Celebration <http://www.centralotagopinot.co.nz/winemap.html>.

craint par les viticulteurs. De nombreuses techniques permettent désormais de contenir le phénomène (éoliennes et hélicoptères pour briser la couche d'inversion, chaufferettes géantes).

Plantée entre 200 et 450 m d'altitude environ, Central Otago est la région viticole la plus au sud de la planète. Le site de l'association régionale (COWA) souligne les qualités du terroir (en français dans le texte) de la région, dans une optique toujours très géophysique³ qui met moins en avant les facteurs humains.

21.1.2 Le barrage et la privatisation des terres

Deux événements contextuels et qui ne découlent en rien de la volonté des acteurs de la viticulture ont profondément influencé le développement de la ressource dès la fin des années 1980, notamment concernant la disponibilité et la nature des infrastructures qui vont pouvoir être mobilisées et articulées avec les autres composants de la ressource. Il s'agit de la construction d'un barrage et du processus de privatisation des terres de la Couronne britannique.

Central Otago a été fortement remodelé par la construction du plus grand ouvrage de retenue hydroélectrique de Nouvelle-Zélande (102 m de hauteur), un échec technique, économique et politique sans précédent dans le pays. La rivière Clutha prend naissance à la sortie du lac de Wanaka, traverse la large vallée semi-désertique qui s'étend jusqu'à Cromwell au sud, puis forme des gorges abruptes pour descendre à Alexandra, avant de continuer son chemin jusqu'au Pacifique à l'est. La politique de grands projets – qualifiée de « *Think big* » – menée par le Premier ministre conservateur durant les années 1970⁴ a mis un terme autoritaire à ce paysage, en décidant la construction d'un barrage en amont de la ville d'Alexandra. « *One of the most shameful chapter in the history of New Zealand* », selon des observateurs⁵.

De fait, depuis sa planification jusqu'à sa mise en service, le barrage de Clyde (du nom du site de sa construction) est marqué par des irrégularités procédurales et une volonté politique autoritaire qui supplante autant les avis défavorables et unanimes des géologues que les jugements de la Cour suprême. Il est construit sur une faille sismique active de 15 km, et une portion importante du bassin de retenue fait l'objet de glissements de terrain réguliers. Les multiples travaux d'étalement et les massives injections de béton ont fait exploser les coûts, mais depuis sa mise en service en 1994, le barrage n'a jamais pu être exploité au-delà des deux tiers de sa capacité prévue⁶.

³ <http://www.cowa.org.nz/central-otago-wine-region.html>.

⁴ <http://www.teara.govt.nz/en/biographies/6m1/muldoon-robert-david/page-7>. Encyclopédie de Nouvelle-Zélande en ligne.

⁵ <http://mightyclutha.blogspot.co.nz/search/label/Clyde%20dam>. Blog de militants de Central Otago s'étant opposés à la construction du barrage.

⁶ <http://mightyclutha.blogspot.co.nz/search/label/Clyde%20dam>.

Une partie importante de la ville historique (minière) de Cromwell a été inondée, et 2 300 ha de terres productives (notamment des vergers et des terres agricoles) engloutis. Les habitants de la région évoquent encore avec émotion une période traumatisante. Depuis, le lac Dunstan s'étend sur plusieurs dizaines de km là où s'écoulait la rivière Clutha.

L'arrivée du lac a grandement facilité le développement des vignobles alentour, en apportant une précieuse source d'irrigation et en modifiant même légèrement le micro-climat local selon les habitants. De plus, les études de faisabilité qui ont été menées durant plusieurs années précédant la construction ont permis un nombre important de relevés inédits dans la région, notamment concernant le climat. Ces données détaillées des précipitations et de la température ont apporté des éléments objectifs attestant de conditions propices à la viticulture dans la région, des données qui ont été très utiles, lorsque les premiers producteurs ont sollicité le soutien des banques, pour montrer des conditions propices à la culture de la vigne.

Enfin, l'aboutissement de ce chantier titanesque et le départ des entreprises de construction ont laissé vides de nombreux bâtiments industriels (hangars, etc.) construits à Cromwell pour abriter les machines et les activités liées à la construction. C'est sur ce site industriel que de nombreuses caves de la région se sont implantées, pour y développer à bon prix leurs infrastructures d'encavage. Cette forte concentration géographique favorise la construction de la ressource sous de multiples aspects: elle facilite la logistique, les usages communs et le partage de certaines infrastructures et de matériel vitivinicole, les échanges (dégustations), et l'entretien du lien (et du contrôle) social entre les acteurs.

La «New Zealand Experiment» néolibérale des années 1980 a indirectement mais significativement favorisé le développement de la ressource en Central Otago. De fait, un des éléments centraux consistait en la privatisation des biens propriétés de la Couronne, processus durant lequel le Labour a «*out-Thatchered Thatcher and out-Reaganed Reagan*» (selon la formule de Freedland, 2000, citée par Swaffield & Brower, 2009, p. 168). Depuis la signature du traité de Waitangi (1840) qui encadre l'achat des terres aux Maoris, la Couronne disposait de «*domaines pastoraux*» (*Crown pastoral estates*) couvrant au total un cinquième de l'île du sud. Ces terres étaient mises à la disposition des éleveurs de moutons par le biais de baux pastoraux d'une durée de trente-trois ans, renouvelables à perpétuité (Swaffield & Brower, 2009). Les droits d'usage de ces baux portent spécifiquement sur la pâture, et incluent donc un «*flux de bénéfices*» (Bromley, 1991) bien plus limité que celui d'une propriété privée pleine et entière (qualifiée de *freehold* en anglais, *fee simple* selon le droit kiwi), qui ouvre la porte à d'autres développements économique (agricoles, immobiliers) ou encore à l'aliénation du bien.

La dynamique de privatisation des années 1980 a conduit le gouvernement à entreprendre la transformation progressive de ces baux de pâture, dans un compromis politique qui satisfaisait alors les éleveurs (qui venaient de perdre les

subventions agricoles) et les milieux favorables à la conservation : dès 1992 est mis en place un processus visant à privatiser les parties inférieures des domaines (les terres ayant le plus grand potentiel de développement économique), alors que les parties supérieures (portant davantage de valeur de conservation et récréative) retournaient « définitivement » dans les mains de la Couronne, en intégrant les domaines voués à la conservation (Swaffield & Brower, 2009, p. 167). En 1998, une loi est adoptée pour stabiliser le processus et les anticipations des acteurs, le *Crown Pastoral Land Act*⁷.

Concrètement, la redéfinition des titres s'accompagne d'un échange de paiements entre le bailleur et la Couronne : la Couronne rachète les terres d'altitude et vend les terres de plaines. En 2008, la somme des échanges se chiffrait à un coût net de 27 millions de dollars pour la Couronne, correspondant à la différence entre le prix payé aux bailleurs et le prix demandé pour les terres de conservation (Swaffield & Brower, 2009). La privatisation a donc un coût. Mais la perte de valeur monétaire va bien plus loin pour la Couronne si l'on tient compte du prix auquel se négocient sur le marché les parcelles nouvellement privatisées. En étudiant un large échantillon des transactions portant sur ces nouvelles parcelles, Brower (2015) parvient à un prix de vente dont la valeur médiane est 500 fois supérieure au prix reçu par la Couronne (et parfois 3 000 fois supérieure). L'auteur identifie plusieurs causes à cette liquidation phénoménale des actifs de la Couronne, notamment le fait que les agents en charge des « *deals* » avec les bailleurs étaient incités à fixer des prix sous-évalués (paiement du courtier si un *deal* est conclu, aucun prix minimum, etc.), et renvoie à une volonté politique affichée de privatiser à tout prix (Brower, 2005). En plus de voir leur échapper cette plus-value astronomique, soulignons que les finances publiques n'en réalisent par ailleurs aucune autre en contrepartie des parcelles de conservation qui leur reviennent. Depuis 2006, un vif débat public mettant en question ce processus et critiquant son impact sur le paysage (division des parcelles et développement immobilier incontrôlé) a été lancé (notamment par les associations environnementales), sans pour autant fondamentalement altérer son déroulement (Swaffield & Brower, 2009 ; Brower 2005).

C'est précisément⁸ sur les infrastructures apportées par ces parcelles fraîchement privatisées qu'a pu s'appuyer le développement de la ressource durant les années 2000, qui a permis à des éleveurs d'abandonner les moutons pour se convertir à la production de raisin (et éventuellement même, à la commercialisation de leur propre label)⁹, ou à des producteurs existants d'étendre leur domaine.

⁷ *Crown Pastoral Land Act*, 1998, Reprint as at 20 May 2014, Public Act N° 65, Date of assent 23 June 1998.

⁸ Des nombreuses caves font explicitement référence aux moutons qui ont précédé les vignes.

⁹ Par exemple le domaine Mt Rosa, qui se félicite d'avoir envoyé paître ses moutons pour se mettre à la vigne : <https://www.mtrosa.co.nz/vineyard.html>.

21.1.3 Les prémices de la ressource

Le premier vin produit en Central Otago a été mis en bouteille en 1866, par un chercheur d'or français ayant investi ses premières pépites dans la création d'un petit domaine du côté de Cromwell. En dépit des distinctions obtenues par ses vins dans des concours australiens, il abandonne ses vignes et le trop dur climat de la région une quinzaine d'années plus tard (Stewart, 2010, p. 57). Quelques autres colons s'essayaient également au vin dans la région, avec peu de succès. Et puis plus rien.

La ressource en Central Otago et l'arrangement actuel sur lequel elle se fonde doivent leur existence à l'esprit d'entreprise, de découverte, et l'obstination d'une dizaine d'acteurs, qui ont décidé de faire pousser du vin dans la région aux alentours des années 1980. On y fait référence comme aux « pionniers » (Oram, 2004).

Lorsque les premiers pionniers de la période actuelle commencent sérieusement à essayer de faire pousser de la vigne en Central Otago, leur entreprise est, de l'avis général, considérée comme insensée. Les banquiers, familiers avec la viticulture sur l'île du nord ou, à la rigueur, dans le Marlborough, sont réticents à soutenir les premiers projets. Il en est de même pour certains experts de la filière, qui considèrent le climat de Central Otago comme mal adapté à la culture de la vigne. Pourtant, l'opinion de plusieurs professionnels locaux, souvent des immigrés armés de l'expérience de climats plus froids, comme celui de l'Allemagne, estiment les conditions adaptées, sous réserve de choisir les bons cépages et les bons emplacements (exposition et moindre risque de gel). Ces observations positives avaient par ailleurs déjà été formulées par Romeo Bragato, le premier spécialiste mandaté par la couronne pour évaluer le potentiel viticole du pays, dans son ouvrage, *Prospects of viticulture in New Zealand*, publié en 1895 (Oram, 2004, p. 9).

Ces pionniers ont des profils différents, mais partagent une volonté de rupture. Certains sont à la recherche d'une nouvelle vie dans la région, d'autres ont déjà un lien local à la terre. À une exception près, ils ont en commun l'absence quasi totale de connaissances vitivinicoles. Ils vont devoir se former, et/ou s'assurer d'un soutien, notamment en œnologie.

Les pionniers s'illustrent non seulement par une forte volonté, mais aussi par un manque de connaissances (viticoles ou vinicoles) et d'infrastructures nécessaires (terrain et équipement). Ils n'ont en tout cas jamais les deux. Durant cette phase de prémices de la ressource, et au-delà de l'aura symbolique du concept, ils réalisent de fait un important travail de pionnier : par un processus d'apprentissage itératif (qui n'a pas permis à tous d'atteindre un stade commercial viable), étalé sur plusieurs années, ils parviennent à faire pousser des vignes et à surmonter toutes les contraintes pratiques pour réaliser un premier vin.

Pendant cette phase initiale, la ressource se fonde uniquement sur une articulation entre savoir-faire et infrastructures, les dispositions de réception

n'étant pas encore pertinentes (au-delà de la perception de la différence entre vinaigre et vin).

Encadré 33. Le parcours d'un des pionniers

Verdun Burgess était charpentier. Il est maintenant à la tête d'un vignoble désormais réputé, jamais sans sa pipe et souvent avec un chat dans les bras. Il indique que là où poussent ses vignes, au-dessus d'Alexandra, il n'y avait que de la roche et des lapins. Il s'y installe en 1981 et décide d'essayer d'y faire pousser de la vigne, à la suite d'une discussion dans un *pub* de la vallée. Il fait face à l'hostilité des arboriculteurs locaux, situés en aval et qui entravent la vente du terrain (rivalités sur l'accès à l'eau et limites d'usages des pesticides à proximité d'un vignoble) (Oram, 2004, p. 91).

Verdun souligne qu'il n'avait alors aucune connaissance de métiers du vin, et qu'il a eu besoin de se plonger dans les bibliothèques de la région : «*I, the self confessed wine-illiterate, was convinced that grape would be the only economic use for the land. I was 30. I had drunk 6 bottles of wine in my life – six tonnes of beer but only six bottles of wine – so I had to go out and find out something about grapes*» (*ibid.*, p. 90). Les contraintes sont exceptionnelles : la roche de schiste n'a quasiment aucune couverture organique sur sa parcelle ; bulldozers et dynamite sont nécessaires pour préparer le sol, déplacer de la terre et même planter les poteaux de palissage. Les travaux ne peuvent être réalisés que durant le temps libre. Lui et sa compagne disposent de très peu de capital et peinent à trouver des banques disposées à leur prêter. Ils doivent attendre quinze ans (1997) pour renoncer tous les deux à un emploi en dehors du vignoble, et l'exploitation n'est plus à découvert pour la première fois qu'en 2003 (*ibid.*, p. 93).

La saison est courte et prise en tenaille entre les gels tardifs et précoces. Sans aucune connaissance, le couple passe plusieurs années à chercher les cépages adaptés et le moyen de les faire survivre dans ce climat. Des investissements progressifs sont entrepris pour protéger les vignes – «*faire la guerre*» aux lapins, qui détruisent les jeunes plants (sacs en plastique entourant les pieds, nombreux chats, dynamitage des terriers, milliers de coups de fusil, clôture de protection), et aux oiseaux, qui s'attaquent aux baies (*ibid.*, p. 100-104).

Sans pressoir, Verdun s'écorche les pieds en foulant ses premières grappes de gewürztraminer, en fait un rosé qui tourne au vinaigre en quelques mois (*ibid.*, p. 97). Les deux millésimes suivants sont pires, et il renonce à devenir œnologue : «*I decided all I could make was the best vinegar in New Zealand*» (*ibid.*, p. 98). Dès 1988 et, jusqu'à ce qu'il dispose de sa propre cave (et d'un œnologue compétent) quatre ans plus tard, il apporte son raisin à la «*cave*» de Rippon (qui est encore dans l'étable à chèvres) à Wanaka. Le vin a un vif succès et ouvre la voie à de meilleurs

jours pour le domaine, alors que la collaboration avec Rippon continue encore de nombreuses années (*ibid.*, p. 98).

La compagne de Verdun souligne l'importance de la collaboration entre pionniers pour la survie des premiers producteurs. Ses propos résument bien l'esprit d'entreprise tenace et « *romantique-pragmatique* » qui est au fondement de cette ressource naissante : « *The word «pioneer» conjures up images of settlers leaving a country and a way of life behind to survive in a new environment [...]. I suppose there are some similarities to us. Early pioneers had to have a spirit of cooperation to survive, and we – Lois and Rolf Mills at Rippon, Alan Brady at Gibbston, the Hay brothers at Chard, Ann Pinckeney at Taramea and Bill Grant at William Hill – did just that. We met and then helped each other, clubbing together to source rootstock initially, then to do the early winemaking. [...] However, I consider us more as risk-takers – the first to plant grapes on a commercial basis – rather than pioneers* » (*ibid.*, p. 104).

Le prochain projet de Verdun Burgess ? « *Build a flying saucer* »¹⁰ (construire une soucoupe volante). Ambiance. Ce vignoble réputé¹¹ a toutefois été vendu en 2014, sans que l'on connaisse l'identité de l'acquéreur (*Southland Times*, 2014).

Les échanges, la collaboration et les partenariats s'imposent rapidement entre les pionniers et permettent une première articulation des composants de la ressource. C'est une situation « *d'apprentissage collectif* » (*collective learning*) qui, dans le contexte géographique défini de Central Otago, favorise l'adoption de solutions innovantes et l'institutionnalisation des interactions (rencontres, stabilisation des échanges entre producteurs, etc.) selon Lewis *et al* (2002, p. 440). Cette première phase des pionniers correspond à l'émergence d'un milieu innovateur (Camagni, Maillat, & Matteaccioli, 2004; Peyrache-Gadeau & Pecqueur, 2004), qui fait émerger la ressource et trace le sillon dans lequel s'inscrit l'arrangement actuel.

L'usage du sol passe progressivement de la pâture pour les mérinos à l'accueil des vignes, évolution grandement facilitée par le processus de privatisation des terres de la couronne décrit plus haut. Non sans réserves de la part des éleveurs locaux. Certains voient d'un mauvais œil ce « *gâchis de bonne terre à mérinos* » (Brady, 2010). Une opposition qui traduit surtout une rivalité sur les valeurs symboliques (notamment paysage identitaire) associées à la région et à un certain mode d'exploitation des terres (Swaffield & Brower, 2009).

¹⁰ Microdoodle #12, <http://www.twopaddocks.com/videogallery.shtml>.

¹¹ Recommandé favorablement par exemple par la papesse du vin, Jancis Robinson en 2004 : <http://www.jancisrobinson.com/articles/black-ridge-gewurztraminer-2002-central-otago>.

Un autre exemple montre bien cette transition et les premières articulations qui s'établissent entre savoir-faire et infrastructures. Il s'agit d'un œnologue¹², émigré autrichien installé en Central Otago depuis 1989. Après trois millésimes réalisés dans une étable à chèvres pour ce qui deviendra peu après un des vignobles les plus réputés de la région, Rippon, il souhaite réaliser ses propres vins. Il s'y illustre en apportant les premières médailles d'or à des vins de Central Otago, dont un pinot noir, obtenues à l'occasion de concours majeurs, notamment le Air New Zealand Wine Award, le plus important du pays. Son succès avec le pinot noir n'est pas étranger à ses quelques millésimes d'expérience en Oregon. Il a besoin de terrain. Un site lui paraît propice, propriété d'une ferme qui semble élever davantage de lapins que de mérinos, minant la rentabilité de l'exploitation. Allié à une œnologue française, héritière d'une maison de Champagne, qui l'a remplacé dans le vignoble de Rippon et a apporté le savoir-faire de la méthode traditionnelle champenoise, ils obtiennent finalement le terrain après plusieurs années (un ancien pâturage de la couronne privatisé entre-temps). Les premières vignes, essentiellement du pinot, sont plantées en 1998, pour la production d'un mousseux et de pinot noir. L'exploitant ayant cédé le site résume ainsi l'affaire : « *Rudi's idea looked a commercial prospect – we had the land, Rudi the skill and Chauvet had the offshore contacts* » (Oram, 2004, p. 121).

Ce cas illustre parfaitement les premières articulations entre les composants de la ressource et la très forte imbrication – les chevauchements et recoupements – de ces composants entre les acteurs, sachant que de nombreux pionniers sont encore actifs dans l'arrangement actuel ou qu'ils ont laissé derrière eux des structures importantes pour ce dernier.

Cette période initiale d'échanges de savoir-faire doit beaucoup à la proximité géographique des acteurs (Gertler, 1995; Gilly & Wallet, 2001; Pecqueur & Zimmermann, 2004), une proximité qui est un construit socio-géographique et non une simple réalité physique, même si la dimension spatiale est un support décisif pour les interactions (voir les caves qui s'installent dans les anciens bâtiments de chantier à Cromwell). Cette proximité facilite leur interaction et contribue à un sentiment d'appartenance commune et située, et atteste le puissant « *encastrement spatial* » (*spatial embeddedness*) de la ressource (Lewis *et al.*, 2002, p. 438).

21.1.4 Pinot noir et nouveaux arrivants

Pour des raisons géographiques et climatiques, certains cépages sont mieux adaptés à la culture en Central Otago. Il s'agit notamment de cépages européens qui ont fait le succès de régions viticoles au nord-est de la France, en Allemagne ou en Suisse, dans des climats similaires, tels que le riesling, le gewürztraminer,

¹² Un des pionniers et encore un acteur clé dans l'arrangement actuel.

et, bien entendu, le pinot noir. Ce dernier évoque la Bourgogne et ses AOC¹³, ses prestigieux grands crus et premiers crus, une région dont le vin s'est construit politiquement (Laferté, 2002, 2003) comme un des principaux vignobles ayant atteint le point culminant de ce qu'une telle ressource peut produire en termes de valeurs symboliques, monétaires et sensorielles dans le monde du vin.

La Bourgogne est évoquée par à peu près tous les acteurs interrogés. Durant les recherches sur le terrain, nous avons fréquemment eu l'occasion d'observer une carte des Côtes de Nuits et Côtes de Beaune (deux appellations régionales de Bourgogne où se trouvent les principaux premiers crus et grands crus), affichée en évidence dans les caves suisses comme dans celles de Nouvelle-Zélande – et peut-être encore plus souvent en Central Otago.

Si la Bourgogne constitue une référence qualitative en termes de production, le pinot noir est quant à lui généralement associé à un profil de consommateur particulier (selon plusieurs entretiens) : par leur délicatesse, leur finesse et leur élégance, les pinots noirs (de Bourgogne) sont réputés être plus difficiles d'accès, nécessitant davantage de dispositions de réception qu'un rouge puissant et concentré. Des dispositions qui sont certainement plus aisément accessibles aux consommateurs qui peuvent se permettre d'opérer sur le marché des vins de luxe (dans lequel la production de Bourgogne occupe une place de choix).

Les pionniers les mieux dotés en savoir-faire vitivinicole ont rapidement identifié le potentiel que recelait Central Otago pour le pinot noir. Le premier œnologue de Rippon indique : « *By 1992, I knew that [Central Otago] was pinot noir country; that we should not waste our time with any other grape variety* » (Oram, 2004, p. 118).

Le contexte du succès grandissant de la production en Nouvelle-Zélande, très tôt centrée sur le sauvignon blanc, fournit un cadre propice au développement d'une catégorie de vin complémentaire : un rouge, plus élitiste que le vin (blanc) de masse représenté par le MSB. Les pinots de Central Otago construisent ainsi leur succès en « complétant » l'espace créé par la notoriété gagnée par le MSB auprès des critiques internationaux : « *[Central Otago pinots] were the serious, ambitious, red high end of a NZ portfolio generating excitement wines at the pinnacle of new world wines* » (Newth *et al.*, 2011, p. 10).

Parallèlement à cette orientation rapide vers le pinot noir, la région attire plusieurs nouvelles « vagues » de migrants du vin, principalement vers la fin des années 1990. La surface plantée s'accroît massivement en moins de vingt ans : de 90 ha en 1996, elle passe à 800 ha en 2004, puis à environ 2 000 en 2013 (NZW, 2013, p. 26).

¹³ Tous les rouges portant une appellation d'origine Bourgogne ont pour cépage principal le pinot noir ; une part d'au maximum 15% de chardonnay, pinot blanc ou pinot gris – des cépages blancs – peut être présente, mais uniquement en mélange de plants dans les vignes (Décret n° 2009-1252, 2009, Cahier des charges de l'AOC Bourgogne, Chapitre 1^{er}, titre V, art. 2, let b).

Les nouveaux arrivants ont divers profils: du capital industriel attiré par la rente de l'appellation, aux entrepreneurs en passant par les simples particuliers séduits par l'esthétique d'une production «*boutique*»¹⁴ et son «*lifestyle*». Tous font face à des conditions qui se compliquent rapidement au fil des années 2000. Il s'agit notamment de l'appréciation du foncier, de l'accroissement de l'endettement qui en découle et de la baisse des prix du raisin qui est parfois brutale. La crise de surproduction nationale de 2008¹⁵, couplée à la crise financière internationale, épure alors une partie des nouveaux venus trop peu compétents ou trop exposés financièrement.

La fin des années 2000 voit certaines grandes caves (Pernod Ricard, Villa Maria), restées à distance jusqu'alors, s'impliquer plus massivement dans (l'achat de raisin de) Central Otago: «*The region's wine industry is no longer a small group of firms closely connected by professional relations [...]. Rather it is made up of a much more disparate group of enterprises and business models*» (Newth *et al.*, 2011, p. 11).

Ces nouvelles arrivées, qui traduisent l'expansion de la valeur dégagée par la ressource, vont influencer l'arrangement local (voir *infra*). Les nouveaux venus sont notamment invités à ne pas oublier que le succès de la ressource a nécessité un effort conséquent de la part des pionniers. L'un des meneurs actuels l'évoquait déjà en 2004:

«If there were no Rippon, Gibbston Valley, Black Ridge and Chard Farm, we would be 10 years behind where we are. Growth was not dramatic, however, until about 1996, when volumes being made had increased and the wines were succeeding at wine competitions, and people thought "perhaps there is more going on down there as we think". The new wave are realists, unlike some of the pioneers, and they have quickly forgotten, unfortunately, how much they owe them for their determination in the early days.» (Oram, 2004, p. 121-122)

C'est notamment sur ce problème de «*génération*» d'entrepreneurs et sur le travail de relève correspondant que l'arrangement actuel se concentre.

21.2 ACTEURS ET RIVALITÉS

Les acteurs et leurs rivalités en Central Otago forment un *continuum* entre pionniers, nouveaux venus et exploitants extérieurs, *continuum* qui résulte de l'accumulation des arrivées d'entrepreneurs décrites précédemment. Le nombre d'acteurs s'est accru de façon substantielle depuis les années 1990, passant de

¹⁴ Le terme de *boutique winery* est très souvent utilisé pour décrire l'équivalent du vigneron-encaveur en Suisse.

¹⁵ Qui correspond davantage à un problème de conceptualisation de la filière que de surproduction, selon Lewis (2014), mais qui n'en est pas moins perçu comme de la surproduction par une majorité d'acteurs.

11 *winemakers* pour 92 ha de vignes en 1996 à plus de 100 labels pour 1 600 ha en 2010 (Newth *et al.*, 2011). En outre, on observe également des rivalités géographiques entre les différentes sous-régions qui forment des *clusters* dans lesquels se regroupe la plantation de vignes.

21.2.1 Types d'acteurs

Parmi les pionniers, certains ont voulu rester petits et conserver un statut artisanal de vigneron encaveur, (par exemple Rippon, ou Black Ridge jusqu'à sa vente récente), d'autres sont devenus très grands, sans que cela soit toujours souhaité par les fondateurs. Les propriétaires de Chard Farm se sont par exemple rapidement engagés dans une forte dynamique de croissance, alors qu'un des pionniers les plus engagés de la première heure a vu sa cave (Gibbston Valley) lui échapper et passer aux mains des investisseurs devenus majoritaires puis devenir gigantesque. Il en a depuis fondé une seconde, juste à côté, pour reprendre le contrôle de son projet de pionnier, l'expérience en plus (Brady, 2010). D'autres encore se sont stabilisés sur une forme intermédiaire (comme Rudolf Bauer avec son domaine de Quartz Reef).

On peut désormais distinguer plusieurs catégories d'acteurs locaux : quelques « vignerons-encaveurs » opérant sur une petite surface, de nombreux producteurs de raisin, de nombreuses caves moyennes et grandes qui ont leur propre domaine et achètent parfois également du raisin, une grande coopérative qui vinifie à façon pour une vingtaine de labels, une petite cave régionale excentrée qui vinifie à façon pour une dizaine de labels. À cela s'ajoutent les acteurs externes, souvent des caves importantes implantées dans les autres régions viticoles du pays.

Pour saisir les rivalités entre acteurs, nous nous basons cependant sur Newth (2011, p. 3) qui propose de distinguer trois types d'entreprises (producteurs de raisin et/ou de vin confondus) : 1) les « icônes », dotées d'une réputation internationale, faisant souvent partie des pionniers (Rippon, Gibbston Valley, Chard Farm, Felton Road, Quartz Reef) ; 2) les marques de prix intermédiaires qui s'efforcent d'asseoir leur position et leur réputation dans un marché domestique et international très saturé ; et 3) les entreprises axées sur le segment récent (pour les vins de Central) au prix inférieur à celui du marché, qui s'appuient sur du vrac sans label et du volume. Ces catégories se recoupent, mais elles illustrent bien les rivalités actuelles. Les « icônes » contribuent majoritairement à la production de valeurs symboliques et sensorielles, mais également à l'investissement en ressource humaine et en temps dans la ressource : ce sont parmi eux que l'on retrouve les principaux meneurs qui se sont engagés – et s'engagent toujours – dans (la construction de) l'arrangement actuel. La deuxième catégorie d'acteurs contribue à certaines valeurs symboliques et sensorielles et a intérêt à défendre les investissements qu'elle a effectués dans la ressource. La troisième catégorie regroupe les acteurs

qui opèrent en exploitant les valeurs symboliques (la réputation) de la ressource. Il est difficile de les contraindre à contribuer à l'arrangement autrement que par le mode opératoire qui les caractérise et qui consiste à apporter une soupape de valeur monétaire aux producteurs de raisin ayant un besoin rapide de liquidité (et donc parfois disposés à vendre à vil prix).

Un des revers de la croissance rapide de Central Otago se traduit donc par l'augmentation des rivalités sur les valeurs symboliques (vin typique, réputation de la marque/de l'appellation), économiques (segment de prix, coût du foncier) et sensorielles (qualité super-premium, expression du terroir).

Par ailleurs, la vinification à façon (qui concerne environ un cinquième des labels, soit une vingtaine en Central) permet à de nombreux producteurs de raisin de court-circuiter l'articulation des savoir-faire en créant leur propre label et en faisant vinifier leur raisin à façon par la coopérative ou par une cave de la région. Lorsqu'ils parviennent à distribuer leur vin – ce qui est loin d'être évident dans un marché très concurrentiel – ils peuvent ainsi récupérer de la valeur ajoutée économique et symbolique. Mais si le prestige d'être propriétaire d'une des marques de vin de Central Otago peut s'obtenir ainsi avec la première bouteille étiquetée, l'aboutissement symbolique ultime consiste bien à vinifier soi-même (même avec l'aide d'un *winemaker* consultant durant les premières années) son raisin, dans ses propres infrastructures. Ce qui demande des infrastructures (capital inclus) et du savoir-faire bien sûr.

La question (et l'ampleur) de la vinification à façon pour les labels de la région est un sujet que les propriétaires des labels et les *winemakers* de la principale coopérative n'évoquent qu'avec réserve en l'assortissant même parfois d'une demande explicite de discrétion. Certains participants qui présentent leurs vins à l'occasion de la Celebration et qui font vinifier leur vin ailleurs sont mal à l'aise lorsqu'on leur pose la question. Ceux qui commencent à vinifier eux-mêmes sont en revanche très fiers de pouvoir l'affirmer.

21.2.2 Rivalités géographiques

Les sous-régions de Central Otago sont plus ou moins bien définies géographiquement, comme expliqué plus haut. Le recoupement des types de sol¹⁶ va, en outre, à l'encontre de certaines distinctions des sous-régions. Selon les entretiens, certains acteurs ont à un certain moment (au début des années 2000) voulu définir plus clairement les sous-régions et encadrer l'utilisation de leur nom, voire s'orienter vers un système d'AOC et de Grand cru en suivant l'exemple bourguignon. Un groupe a même été constitué au sein de l'interprofession (COWA, voir *infra*) pour discuter d'un projet de définition des sous régions et d'AOC. Mais les travaux ont été suspendus depuis. Il

¹⁶ Par l'âge des terrasses géologiques, tel que présenté durant la *master class* de la Celebration 2015.

apparaît que les divergences de visions et les rivalités découlant des exclusions potentielles de l'usage du nom de certaines sous-régions sont trop marquées.

Il y a une explication en partie climatique aux rivalités: la géographie accidentée de Central définit des «*spots*» de production (Alexandra, Bendigo, Gibbston, etc.) dont les conditions (micro)climatiques peuvent être différentes durant une saison, avec autant de diversité de risques sur les récoltes (gel ici mais pas là pour un même millésime par exemple), des lieux attirants pour s'installer mais pas forcément adaptés pour le raisin, et une grande diversité de petits producteurs. Ces producteurs ont donc un intérêt marqué à diversifier les emplacements de culture de leur raisin pour se prémunir contre les risques climatiques (gel, récolte inférieure, etc.) et pour assurer la stabilité de leur récolte d'une année à l'autre. Ce point explique en partie les réticences face à des dénominations de sous-régions qui définiraient de façon exclusive la provenance.

«*La discussion sur les AOC est très politique*» indique rapidement l'ancienne responsable du groupe de l'interprofession qui planchait sur un projet d'AOC, et ne souhaite pas en dire davantage. Or, on parle peu volontiers de politique en Nouvelle-Zélande. C'est pour ces raisons que les sous-régions de Central Otago ne figurent plus à l'agenda des institutions locales et ne sont pas incluses dans la «*liste des IG*» de vin de Nouvelle-Zélande (entretien direction NZW).

La sous-région la plus méridionale de Central Otago, Alexandra, semble en outre pâtir un peu de son isolement géographique (en termes de promotion régionale). L'implantation récente d'une cave qui vinifie à façon à Alexandra, pour une dizaine de producteurs de raisin des environs, et la création d'une manifestation annuelle de promotion du vin local dans la ville elle-même répondent au sentiment de «*laissés-pour-compte*» qu'expriment certains producteurs locaux, parfois critiques vis-à-vis de l'emprise des pionniers sur les institutions de l'arrangement actuel.

21.3 L'ARL DE CENTRAL OTAGO

L'ARL de Central Otago est caractérisé par le fait que les acteurs locaux se concentrent rapidement sur la construction d'une «*variety-region proposition*», en associant le cépage pinot noir à Central Otago (Newth, 2011, p. 2). Le cœur de l'arrangement consiste en une manifestation de promotion annuelle au nom sans équivoque, la Central Otago Pinot Noir Celebration (ci-après la Celebration), organisée depuis 2000. Le concept même de la Celebration a été importé de l'Oregon, d'où vient également celui du Pinot Workshop. La Celebration constitue en quelque sorte le «*gyroscope*» de l'ARL, qui maintient en équilibre la production de plusieurs valeurs symboliques tout en ménageant l'esprit très libéral des acteurs et en évitant soigneusement toute forme de régulation contraignante et prescriptive ou d'exclusion formelle. La Celebration

contient¹⁷ ainsi une très belle tension. D'une part, en glorifiant le terroir à pinot noir de Central Otago, elle renvoie à l'idéal de référence symbolique de la Bourgogne, et de ses Grands crus extrêmement restrictifs. D'autre part, le (seul) modèle institutionnel qui peut ici permettre de s'approcher de cet idéal, c'est un modèle inclusif et permissif, qui met en avant la diversité et le côté décontracté, parfois résolument excentrique, des kiwis.

21.3.1 L'Interprofession régionale (COWA)

Enjeux internes

Les producteurs de Central Otago, vigneron ou caves, sont regroupés au sein de l'association régionale, la Central Otago Winegrowers Association Incorporated (COWA), qui compte un peu moins d'une centaine de membres couvrant environ 95 % de la surface plantée¹⁸. Il s'agit de l'institution démocratique la plus ancienne et la plus inclusive de l'arrangement, qui a essentiellement pour vocation d'accroître et de diffuser le savoir-faire parmi ses membres et de faciliter leur accès aux institutions nationales de producteurs (WINZ et NZGGC) (COWA, 1999, art 2 al i-ii). Plus concrètement, l'association vise les points suivants :

*« The association provides general advice with regard to grape growing and wine making, provides information and advice on the development of organic vineyards and conversion to organic grapegrowing practices, organises and operates a programme of continuing education and acts as a cooperative for the general promotion of Central Otago grapes and wines. »*¹⁹

En termes de ressources financières, la COWA fonctionne avec un budget annuel de 400 000 NZ\$²⁰, qui provient pour plus de la moitié du financement issu de NZW (tirés des *levy* versés aux deux associations de famille nationales), les 40 % restants provenant des contributions des membres, qui s'acquittent notamment d'une cotisation de 400 NZ\$ par an.

Un détail – le logo de l'association – illustre l'évolution de la région, de la production de raisin vers la vinification. Dans la version des statuts de 1999, le logo n'est formé que par une grappe sur laquelle se superposent les initiales de Central Otago. Vers la fin des années 2000, la grappe a été transformée pour former un verre à vin. Ce détail renvoie bien sûr à l'évolution des savoir-faire et des types d'acteurs présents, qui ont pu se développer, de la production de raisin vers celle du vin.

¹⁷ Au sens de maintenir dans un état stable.

¹⁸ Alors que Central Otago compte environ 110 labels (marques) de vins.

¹⁹ <http://www.cowa.org.nz/>.

²⁰ \$NZ 1 = 0,70 CHF.

Or, c'est précisément l'évolution des types d'acteurs, liée au succès de la région, qui pose les difficultés majeures à l'organisation. Son président souligne le besoin de relève et la «*fatigue militante*» («*volunteer fatigue*») auxquels fait face l'association qui peine à impliquer les acteurs pour la faire vivre (*i. e.* contraintes sur les ressources humaines, ressource temps). Corollaire de la croissance et de la maturation de l'industrie locale, les agendas des entreprises sont plus centrés sur leurs propres enjeux et leurs choix commerciaux que sur l'intérêt de la communauté locale et sur les valeurs centrales («*core values*») qui ont fait son succès, notamment la qualité et une vision à long terme partagée par les pionniers.

Pour recréer ou consolider le lien social et la forte cohésion locale qui a permis à la ressource de se développer initialement, la COWA se concentre actuellement sur la compréhension et la diffusion de ce qui devrait être les valeurs centrales de la ressource, comme le souligne son président. Celles-ci se concentrent sur une haute qualité, une forte valeur ajoutée et des vins vendus en bouteilles et non en vrac. Il s'agit essentiellement de valeurs symboliques et en partie sensorielles, en ce qui concerne le niveau de qualité (gustative) du vin.

Dans cette stratégie visant à renforcer la cohésion de la filière locale, la COWA s'appuie sur un concept: la «coopétition», un néologisme (et oxymore) issu de la contraction entre coopération et compétition. Ce concept fumeux n'est pas sans rappeler le «*double langage*» de la dystopie imaginée par Georges Orwell (1984). On le retrouve plus récemment dans la boîte à outils du *benchmarking* au sein de la «*nouvelle gestion publique*» (Bruno, 2008). Concrètement, l'association s'investit dans des activités ciblées destinées à ses membres afin de favoriser le développement d'un modèle fondé sur de petits volumes et sur une forte valeur ajoutée. Il s'agit essentiellement de séminaires qui détaillent les spécificités des sols et les moyens de mettre ces derniers en valeur dans les vins.

Le président insiste à plusieurs reprises sur la place qu'occupe la «coopétition», autant dans la stratégie de la COWA que dans l'ensemble de l'arrangement. Il s'agit de trouver un socle de coopération pour la région, qui laisse suffisamment d'indépendance à chacun pour qu'il puisse suivre sa propre stratégie. Cette logique est à l'origine de l'association régionale vouée exclusivement à la promotion des vins de Central Otago (COPNL, voir *infra*).

Inclusion sélective des acteurs externes

Le succès de la région a attiré de nouveaux acteurs, ainsi des grandes caves axées sur une production de fort volume à faible prix et intéressées par la rente dont jouit la ressource (Newth *et al.*, 2011), c'est-à-dire par les valeurs symboliques associées à la réputation de l'appellation Central Otago et à la connexion avec le pinot noir. Ce prélèvement «externe» sur la ressource constitue également une opportunité, comme le souligne le président: «*It is a*

double edge sword» («*c'est une épée à double tranchant*»), une expression souvent entendue sur le terrain pour souligner l'intérêt de bénéficier des canaux de distribution et de l'accès au marché apporté par ces grandes caves. Ces dernières facilitent notamment l'accès à de nouveaux marchés, et renforcent ainsi le potentiel de croissance de la catégorie «*pinot noir de Central Otago*». Cet avis est partagé par les experts (*ibid.*). Toujours est-il que la COWA estime à 30 % la part de raisin qui quitte la région, et qui n'est donc pas vinifié par des entreprises locales.

Ainsi, la direction de l'association ne cherche pas à exclure ces nouveaux venus de l'accès à la ressource. Elle tâche davantage de les convaincre de (s')investir dans celle-ci. Du moins les caves qui font du vin de qualité. Les *free-rider* produisant du vin bas de gamme ne valent pas la peine d'un effort pour les inclure ou tenter de les exclure. Le président relève à ce propos que l'attitude des grandes caves externes a évolué dans le bon sens depuis quelques années, si l'on se fie à deux indicateurs. Premièrement, certaines caves ont investi en achetant des vignobles. Cloudy Bay (une des plus prestigieuses caves du Marlborough, propriété du groupe de luxe français LVMH) par exemple, ou encore Accolade (une des plus importantes entreprises multinationales du vin²¹, qui possède de nombreuses marques néo-zélandaises). Deuxièmement, d'autres grandes caves externes ont signé des contrats d'achats de raisin à long terme, réduisant l'incertitude pour les producteurs de raisin locaux²².

Enfin, le président de l'association souligne le favoritisme régional qui caractérise la région : à prix égal, les producteurs locaux préfèrent vendre à des caves locales. Cette pratique contribue au développement de grandes caves locales en croissance, qui peuvent ainsi plus facilement élargir leurs sources locales de raisin, aux dépens de caves externes. Le contexte de très faible croissance de la surface plantée depuis 2010 donne une importance toute particulière à ce favoritisme.

Cette autorégulation contribue à articuler l'usage (et la disponibilité) des infrastructures, des savoir-faire et des dispositions de réception (accès à de nouveaux consommateurs *via* les grandes caves externes) de façon inclusive mais sélective. La définition des droits d'accès aux valeurs produites par la ressource reste peu exclusive, mais cependant plus sélective que dans le Marlborough.

²¹ Qui se donne pour mission d'être «*The world's leading provider of New World premium, commercial and value wines*».

²² Les entretiens menés durant l'observation participante révèlent une image plus complexe : certains producteurs de raisin, notamment parmi ceux qui sont en transition vers la vinification de leurs fruits, sont parfois intéressés par le maintien des contrats à court terme, dans la mesure où ils peuvent ainsi bénéficier de la volatilité des prix d'une année à l'autre. En clair, au vu de la dynamique de croissance du secteur au niveau national, des contrats à long terme ne constituent pas une stabilité recherchée par tous les producteurs, car ils peuvent aussi se retrouver en position de force face aux caves.

Le domaine de Rippon, l'Unesco et la lumière de la Bourgogne

Des projets de valorisation des sous-régions de Central Otago – dont l'aboutissement le plus marqué consiste en la production de la carte des sous-régions viticoles de Central – animent les débats au sein de l'association depuis dix ans. Un terme y a été mis pour l'instant : les vignes sont encore trop jeunes, l'expérience pratique locale trop courte, les rivalités géographiques trop destructrices et les gains potentiels trop incertains pour que l'organisation poursuive dans la voie d'une différenciation des sous-régions. L'accent est désormais mis davantage sur une différenciation par le parcellaire (la plus précise possible) couplé à la marque de la cave. Cela est plus simple à définir et, surtout, ne fait pas l'objet de prescription réglementaire car laissé à l'initiative des caves. Les meilleurs vins, au sommet de la pyramide de qualité, portent ainsi le nom de la parcelle (*block*) dont ils proviennent (par exemple « *Block 13* » ou « *Emma's block* »).

Dans ce schéma de différenciation de la ressource, la référence à la Bourgogne est omniprésente. « *We are following the Burgundy model. We are not trying to make Burgundy, but following their pathway* », résume le président de la COWA.

Un programme d'échange a été mis sur pied avec la Bourgogne en 2006, à l'initiative de l'un des pionniers – acteur central de l'arrangement actuel – qui a fait ses armes dans un prestigieux domaine de Bourgogne avant de reprendre le domaine familial de Rippon. Le programme réunit dans un partenariat le Centre de formation professionnelle et de promotion agricole (CFPPA) de Beaune, la COWA et le Polytechnique d'Otago (l'école professionnelle régionale qui forme les viticulteurs). Chaque année, trois apprentis originaires des deux pays peuvent effectuer un stage d'un mois dans l'autre pays. L'objectif central consiste à « *favoriser les échanges professionnels et culturels entre les acteurs de la filière* » des deux régions²³.

C'est encore par le biais des liens que ce producteur entretient avec l'un des plus prestigieux domaines en Bourgogne, la Romanée-Conti, qu'une délégation de « *grands noms* » du vin est venue apporter ses conseils lors de la Celebration de 2014 et renforcer les « *liens fraternels entre les deux régions* » :

*« We are honoured to be hosting Climats of Burgundy delegation of Aubert de Villaine, Pablo Chevrot and Krystel Lepresle for a week of cultural exchange and celebration. The three delegates are in New Zealand to garner support from the NZ Government for Burgundy's Unesco World Heritage bid and to join us as part of the 10th Central Otago Pinot Noir Celebration. Perhaps most importantly though, they are here to continue to develop and strengthen our two regions' strong fraternal relationship. »*²⁴

²³ Descriptif du programme de coopération avec Central Otago 2015/Application for the Burgundy Central Otago Exchange. Documents personnels obtenus de la COWA.

²⁴ <http://www.cowa.org.nz/news/An-evening-with-Aubert-de-Villaine-Domaine-de-la-Romanee-Conti---28-January-74.html>.

Cette visite et sa très haute valeur symbolique dans le cadre d'un événement de promotion (la 10^e Celebration, voir *infra*), qui apportent aussi un peu de savoir-faire supplémentaire à la ressource, découlent certes de l'amitié entre un pionnier et un domaine français. Elle est aussi plus largement le résultat d'un échange de ressource d'action (soutien politique) au niveau international, contre l'apport d'un peu des valeurs symbolique de la Bourgogne pour la viticulture néo-zélandaise et de Central Otago en particulier.

Les climats (terroirs) de Bourgogne font l'objet d'une candidature à l'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco depuis 2014. Leurs représentants sont en déplacement en Nouvelle-Zélande en janvier 2014 pour y recueillir le soutien officiel du gouvernement néo-zélandais. Le *winemaker* de Rippon est le coordinateur de cette visite, laquelle passe par l'ambassade de France où se tient une rencontre avec les médias et la commission nationale (néo-zélandaise) de l'Unesco. Il souligne que « *ce soutien à la candidature française apportera une reconnaissance internationale significative quant à la qualité du Pinot Noir de Nouvelle-Zélande* »²⁵. Il s'agit clairement d'un échange de ressources d'action (soutien politique) contre des valeurs symboliques (réputation de l'appellation, vin d'exception). Un soutien qui a peut-être contribué au succès de cette candidature, acceptée à l'Unesco en juillet 2015²⁶.

Le prélèvement de valeurs symboliques et des savoir-faire directement depuis la Bourgogne (on peut éventuellement parler d'échange) occupe ainsi une place stabilisée au sein de l'arrangement local. Cet aspect contribue au caractère « romantique » de l'arrangement, dans la mesure où le romantisme des valeurs symboliques des vins typiques et authentiques (au cœur de l'image d'Épinal de la Bourgogne) vient se superposer à l'esthétique romantique du narratif sur les pionniers qui ont apprivoisé la viticulture dans les rudes paysages de la région.

L'avenir avec l'œnotourisme

L'association s'appuie depuis peu sur un partenariat complexe avec différents acteurs régionaux et nationaux du tourisme pour accroître le développement de la ressource et renforcer les dispositions de réception des consommateurs. Ce partenariat (désormais formalisé) est le fruit de négociations et de discussions de longue date (plusieurs années) entre les multiples institutions régionales, telles que le District Council de Central Otago, l'office du tourisme de Queenstown

²⁵ <http://www.ambafrance-nz.org/Climats-de-Bourgogne-3130>. Le site a été altéré et la citation reproduite ici n'y figure plus. Pour davantage de détails sur le travail des acteurs de Central Otago visant à ce que le gouvernement néo-zélandais soutienne la candidature des climats de Bourgogne, voir : <http://www.silvereyecomms.co.nz/burgundy-winemakers-delegation.aspx>.

²⁶ <http://whc.unesco.org/fr/list/1425>.

(Destination Queenstown), le Lake Wanaka district, et encore l'Université polytechnique d'Otago. Plus généralement, la dénomination de la région touristique «Central Otago», associée à un logo, est une marque déposée²⁷ depuis 2005 à des fins promotionnelles et touristiques.

Le programme détaillé d'œnotourisme est encore en discussion, mais les modalités de financement des activités d'œnotourisme (séminaire sur le vin, «*VIP Backdoor Tour*» de certaines caves, etc.) ont pu être décidées : une structure hybride regroupant ces acteurs a été créée, le Tourism group Partnership qui assumera 50 % des coûts, les 50 % restants étant à la charge des *wineries* participant aux activités (Président COWA ; *Southland Times*, 6 mars 2014).

On peut relever que le développement des projets d'œnotourisme a encouragé la conclusion d'alliances avec les acteurs politiques régionaux. Ces derniers, et les acteurs politiques en général, étaient jusqu'alors notoirement absents de la configuration d'acteurs de l'arrangement. Les meneurs de l'arrangement doivent désormais à la fois «*jouer*» avec des sensibilités supplémentaires pour assurer le développement de la ressource et compter sur la ressource soutien politique, qui leur était encore étrangère jusqu'à il y a peu. Cette complexification de la configuration d'acteurs souligne en creux la forte domination des pionniers et des entrepreneurs de la vigne et du vin sur la construction de la ressource.

21.3.2 La société dédiée à la promotion de l'appellation (COPNL)

La Central Otago Pinot Noir Limited (COPNL) est l'organe de promotion de la COWA. C'est la pièce institutionnelle principale en termes d'organisation (ressource d'action organisation) sur laquelle s'appuie le travail offensif de l'arrangement en faveur de la ressource. Elle est décisive pour le fonctionnement (et le succès pour l'instant) de la ressource. Cette société à responsabilité limitée a été créée en 2002 avec l'aide d'un prêt de l'agence de développement NZTE. La COPNL est une société de promotion propriété de la COWA qui compte un peu plus de cinquante membres, producteurs de raisin ou de vin et qui représentent environ 75 % de la surface plantée de la région. Selon leur marché de distribution, tous les producteurs de Central n'ont pas forcément intérêt à participer aux activités de COPNL : ils en retirent des bénéfices indirects *via* la notoriété que la société apporte à la région.

Le budget annuel de COPNL est de 180 000 NZ\$, et il absorbe 50 % des *levy* nationaux que NZW redistribue à la COWA. Les membres apportent, en outre, une cotisation de 750 \$ par an. Le financement des activités promotionnelles (voir *infra*) est fondé sur le principe «*user-pay*», à l'instar des événements organisés par NZW.

²⁷ Enregistrée jusqu'en 2025. IP number 737638. <http://www.iponz.govt.nz/>.

Selon plusieurs acteurs locaux, la création de COPNL traduit la forte cohésion et la collaboration au sein de la région, qui ont très largement contribué au succès récent et croissant des vins de Central Otago. Les buts et la mission adoptés par COPNL (voir Encadré 34) traduisent très clairement cette dimension coopérative que souligne aussi la présidente de la société.

Encadré 34. Forme, mission et buts de la COPNL

« COPNL is a promotional organisation that develops and delivers cohesive regional promotions to benefit all Central Otago wine industry stakeholders. It was established in 2003 by Central Otago Winegrowers as an independent vehicle marketing Central Otago wine and promoting the Central Otago wine brand.

Mission: To promote Central Otago as a premium international wine growing region through its commitment to quality and distinctive wines.

Main focus: To enhance the brand image, identity and reputation of our region. To meet the global marketing challenge through cooperative marketing. Grouping resources for marketing and promotion to make this type of marketing more effective but also an economically viable option. To work hard through promotion, coordination of events and working with trade & media to ensure a consistent positive image for Central Otago wine. To position Central Otago Pinot Noir as a premium brand through regional cooperation and activities. To make use of available Government funds through the “cluster approach”. To encourage premium quality and protect and support the brand.»²⁸

La COPNL est administrée par un comité composé de cinq membres avec un président. Le directeur de la COWA est aussi membre du comité de COPNL. Un employé est rémunéré pour l'organisation des événements.

Concrètement, le comité conçoit et propose plusieurs activités de promotion. Toutes les activités de promotion peuvent s'appuyer sur une base de données détaillée des vins qui permet de choisir les types de vins en fonction du public ciblé par la manifestation.

La sélection des vins pour la promotion

Ce sont des membres du comité, entourés de deux experts en pinot issus d'une autre région viticole du pays, qui se réunissent une fois par mois pour procéder à la dégustation (à l'aveugle) d'une sélection des vins, selon le système « *Central Selection* ». Ce dernier consiste en une matrice d'appréciation des vins,

²⁸ <http://www.centralotagopinot.co.nz/>.

qui permet de noter les vins de A à D, où D correspond à des vins présentant un défaut évident et qui ne peuvent pas être présentés lors des manifestations de promotion. La matrice inclut notamment des critères de typicité, de cohérence dans le style du pinot (puissant ou léger), ou encore de typicité de sous-régions. Les juges de COPNL échangent sur leur appréciation pour être le plus exhaustifs possible sur chaque vin. Avant la dégustation à l'aveugle, une première distinction est faite en fonction du prix des bouteilles. Les vins de moins de 30 \$NZ correspondent souvent au «deuxième label» des caves. Il s'agit souvent de vins plus légers et fruités, à boire plus jeunes, contrairement aux vins des premiers labels, qui présentent davantage de complexité et un potentiel de garde plus élevé.

La présidente du comité souligne que: «*Tout le monde à sa chance, on ne présente pas que des vins A et on n'essaye pas d'homogénéiser la région sur un style. On respecte les styles et si c'est bien fait dans le style du vin, par exemple un vin énorme, ou très fruité ou au contraire élégant, et plus léger.*»

Ces dégustations régulières de «*Central Selection*» permettent à COPNL de classer les vins de Central Otago et d'alimenter une base de données détaillée qui permet de choisir les vins à présenter selon les événements de promotion et surtout selon le public cible de ces événements.

«*Lorsque ce sont des acheteurs (entendre sommeliers ou négociants de vin [wine merchants]), on propose un éventail plus large de vins pour qu'ils puissent faire leur choix en fonction de leur marché, alors que pour un public de médias critiques de vin, on met en avant les meilleurs vins, les plus représentatifs de la région.*» (présidente COPNL)

Les événements de promotion

La COPNL organise divers événements de promotion qui ciblent systématiquement un public bien précis. Tous les événements fonctionnent selon la logique «*user-pay*»: les *wineries* (ou labels²⁹ plus exactement) qui souhaitent participer à un événement payent une certaine somme qui couvre les coûts de l'organisation. Il en coûte en général entre 1 200 et 1 500 \$ au membre pour chaque événement. En outre, les vins de la cave doivent bien entendu avoir passé la dégustation d'agrément du comité de COPNL.

La promotion à l'étranger. Les événements organisés à l'étranger sont en général des *master classes*. Aucun vin n'est vendu à ces occasions. Si la COPNL est informée qu'un des *winemakers* de la région doit se rendre en Asie, par exemple, elle tâche d'organiser une *master class* au même endroit, et demande au *winemaker* de l'animer. Six vins sont choisis, puis on décide d'un thème, et

²⁹ Qui ne correspondent donc pas forcément à une cave à proprement parler, mais uniquement au label détenu par des producteurs de raisin qui font vinifier (et embouteiller) leur production par une cave de la région, puis distribuent et vendent ensuite eux-mêmes leurs bouteilles.

la COPNL recrute des participants. Les *master classes* consistent en général en une présentation payante, donnée par un *winemaker*, sous la forme de cours qui durent une demi-journée.

Des « tournées de promotion » sont également organisées à l'étranger, notamment sur les principaux marchés tels que l'Australie ou l'Angleterre. Ces événements se déroulent en général dans des restaurants ou des bars à vins où exercent des sommeliers avec qui la COPNL entretient des contacts étroits (et précieux): ces mêmes sommeliers sont souvent ceux qui sont invités aux manifestations et aux dégustations (voir *infra*) en Central Otago, et ce genre d'échange de bons procédés à long terme constitue moyen de « leur rendre la monnaie », comme le souligne la présidente de la COPNL.

Certains de ces événements sont également ouverts à un nombre restreint de « consommateurs », qui payent pour y participer, et où des sommeliers sont parfois invités (et payés) pour déguster et commenter les vins présentés. La présidente de COPNL souligne que les modalités et les formes de ces manifestations évoluent régulièrement pour rester « fraîches » et dynamiques et que les formats de promotion classiques (dans lesquels les producteurs présentent leur vin derrière une table à un public qui passe d'une table à l'autre – un format encore très commun en Suisse –), « *c'est mort, ça n'intéresse plus personne* ».

La promotion sur place (en Central Otago). Les événements de promotion les plus importants pour la COPNL sont ceux organisés sur place. Plusieurs membres du comité de COPNL soulignent en effet que ce sont ceux qui façonnent le plus durablement les dispositions de réception des consommateurs envers les valeurs symboliques et sensorielles de la ressource: « *Quand ils ont fait l'expérience de Centra^{B0}, qu'ils nous ont vus, ce sont des ambassadeurs pour toujours* ». L'intensité de l'expérience vécue par les consommateurs est un objectif central pour les organisateurs, et la région peut compter sur l'offre très large de sports extrêmes, dans un paysage très typé, pour renforcer l'intensité de cette expérience, selon le président de la COWA: « *Celebration, wine, food, helicopter, jet boats, go cars, etc. A lot of good food, a lot of good wine, a lot of good experience.* »

Deux événements principaux « commerciaux » (*trade events*) visent un public constitué exclusivement de professionnels, de sommeliers et de négociants en vin, considérés comme acteurs clés pour la distribution des vins de Central. Le premier événement – « *Central Crush* » – se tient au mois d'avril, durant les vendanges. Une douzaine de sommeliers et de négociants sont invités à découvrir les premiers moûts, dans une sélection de cave, et les conditions des vendanges. Ce sont notamment ces contacts qui sont réactivés pour accueillir les événements de promotion en Nouvelle-Zélande ou en Australie.

³⁰ « *Central* » (tour court) est souvent utilisé par les kiwis lorsqu'ils évoquent Central Otago.

Le second événement – les « *Essentials* » – a lieu en hiver et vise encore plus spécifiquement les négociants. Durant quatre jours, une vingtaine de négociants sont invités à des dégustations en primeur. COPNL demande aux *wineries* participantes de leur fournir des noms de négociants avec qui ils entretiennent de bons contacts pour composer le groupe des négociants qui seront invités.

L'avantage pour les *wineries* est majeur, dans la mesure où elles ont alors accès à un nombre important d'acteurs clés pour la distribution, et cela à un coût minimal grâce à la mise en commun des contacts respectifs des *wineries* et à l'organisation centralisée par COPNL.

La Central Otago Pinot Noir Celebration enfin, est un événement à portée internationale, qui s'adresse plus spécifiquement aux médias et aux critiques de vins, ainsi qu'à des amateurs qui payent pour participer à trois jours d'immersion intense et savamment construite dans la communauté des producteurs et des *winemakers* de Central Otago. Cet événement majeur pour la ressource est détaillé ci-après.

Stratégie d'inclusion sous conditions des acteurs externes

Dans la même ligne que la COWA, la COPNL poursuit une stratégie qui ne cherche pas à exclure les acteurs externes (grandes caves – kiwis ou de propriété internationale, peu importe – implantées dans d'autres régions de production) de l'accès à la ressource. Le président souligne à la fois qu'il n'y a pas de position unanime parmi les acteurs de Central Otago face à cette question à double tranchant de l'inclusion des caves externes, mais que le consensus est pour l'instant à l'inclusion. En d'autres termes, l'avantage procuré par les canaux supplémentaires de distribution qu'apportent ces grandes caves l'emporte sur les questions qualitatives (« *C'est pas idéal de laisser le raisin trois jours dans un camion pour qu'il soit pressé et vinifié à Auckland* ») et sur la question d'un éventuel maintien des bénéfices au sein de la région. Les membres du comité s'activent dès lors pour inclure les caves externes dans la ressource et pour qu'elles y contribuent au mieux. La direction de COPNL mène des campagnes régulières (sollicitations personnelles) auprès de la direction des caves concernées pour les inviter à rejoindre la COPNL et à respecter certaines règles du jeu.

Ainsi, ces caves se voient ouvrir le droit de devenir membre de la COPNL et bénéficient donc des événements de promotion, mais à une condition. Elles doivent en effet s'engager à ce que leur pinot de Central soit constitué à 100 % de raisins provenant de la région, soit une exigence supérieure à la « *règle des 85 %* » telle que définie à l'art. 6 al. 1 de la *Wine (Specifications) Notice* de 2006³¹. Cette mesure a bien entendu un double objectif en termes de valeurs : l'un porte sur les valeurs sensorielles, afin que le vin produit exprime au mieux la typicité

³¹ *Wine (Specifications) Notice*, 2006, New Zealand Food Safety Authority, Ministry of Agriculture and Forestry. Signed at Wellington the 20th of December 2006

des vins de Central Otago, l'autre concerne la distribution des flux de revenus, afin que les caves ne profitent pas d'une marge supplémentaire en achetant du raisin ailleurs meilleur marché, aux dépens des producteurs de Central Otago.

21.3.3 Central Otago Pinot Noir Celebration

La Celebration est un événement promotionnel majeur qui vise les intermédiaires ou courtiers de la ressource (médias et critiques de vin) ainsi que les consommateurs.

*Historique de la Celebration*³²

« *There was a chance to be the first, we took it.* » C'est avec ces mots qu'un acteur clé résume l'organisation de la première Celebration. Cette formule révèle par ailleurs un état d'esprit très présent (revendiqué) parmi les acteurs interrogés en Nouvelle-Zélande : il s'agit de saisir des opportunités et de prendre des risques.

L'organisation de la première Celebration découle de la dynamique de collaboration très forte que les quelques pionniers du vin ont instaurée pour survivre dans un environnement relativement hostile (climat, résistance des agriculteurs locaux, avis défavorables des experts et des banques surtout) de Central et pallier leur savoir-faire quasiment inexistant par un partage des compétences très marqué.

Cette collaboration s'est bien sûr également traduite par des dégustations comparatives des premiers vins mis en bouteilles et une volonté d'échanger au maximum pour construire le savoir-faire commun. À en croire les *winemakers*, le spectre sensoriel de qualité du pinot noir est très ouvert par rapport à d'autres cépages, c'est-à-dire qu'il permet de faire des vins de qualité dans une palette de styles très large. Cette diversité des styles de vinification est rapidement devenue la caractéristique des vins produits par les pionniers, elle a fait partie des vins de Central dès le début. Selon certains, elle a même renforcé l'intensité des échanges et la dynamique d'apprentissage entre les pionniers.

Nous avons montré plus haut que la collaboration et les échanges de savoir-faire entre *winemakers* s'étaient rapidement développés au niveau national même, notamment avec l'organisation du Southern Pinot Workshop, inspiré des

³² Les points qui retracent l'histoire de la création de la Celebration sont tirés d'un entretien avec un *winemaker*, pionnier et acteur moteur de la région depuis les premières heures (début des années 1990). Son importance pour la dynamique de la ressource est relevée spontanément par la quasi-totalité des personnes interrogées. Durant l'entretien, nous avons été frappés par la vision très analytique de cet acteur. Ses réponses sont précises et détaillent la portée délibérément stratégique des choix retenus par la filière locale dans une vision à vingt ans, dans le but affiché d'assurer la pérennité de la ressource à encore plus long terme.

vignerons de l'Oregon. On peut redire ici que l'un des principaux instigateurs du Pinot Workshop est le même qui est à l'initiative de la Celebration. Or, c'est toujours en suivant l'exemple de l'Oregon que les producteurs de pinot noir participant au Pinot Workshop décident d'organiser une Pinot Noir Celebration en Nouvelle-Zélande. Les producteurs de vin de l'Oregon organisent alors en effet une manifestation annuelle de promotion depuis plusieurs années déjà, l'Oregon Pinot Noir Celebration, une manifestation qui semble avoir très favorablement contribué à la notoriété des vins de cette région du Nouveau Monde.

À la fin des années 1990, les participants du Workshop décident d'organiser un concours interne pour déterminer quelle région mérite le plus d'être l'organisatrice d'une telle manifestation d'ampleur internationale. Ce sont les producteurs de pinot noir du Martinborough qui sont désignés – des producteurs qui ont distingué leur région par une recherche de qualité dès les années 1980. Il est donc convenu que Martinborough organise la première Pinot Noir Celebration en 2000. Malheureusement pour eux, les producteurs ne parviennent pas à s'organiser suffisamment rapidement et annoncent qu'ils décalent la « première » à 2001.

Les pionniers de Central saisissent cette opportunité pour organiser, en urgence et avec très peu de moyens (en quelques mois seulement), la première Central Otago Pinot Noir Celebration. L'enjeu d'être le premier à organiser l'événement est majeur, dans la mesure où aucune autre région ne peut plus sérieusement prétendre à organiser la même manifestation: la notion de « celebration » (sémantiquement proche du religieux, faut-il le souligner), associée au pinot noir, est désormais liée à la région de Central Otago. Ce coup de poker impitoyable a durablement marqué d'une réelle ornière institutionnelle le développement – et le succès³³ – de la ressource en Central Otago. Le fait d'être « le premier » (à planter dans une certaine région, à planter du sauvignon blanc, à organiser une Celebration, etc.) est un élément très valorisé dans la culture (du vin) en Nouvelle-Zélande.

L'acteur à l'initiative de la Celebration ne cherche pas à minimiser l'importance de l'engagement et de l'investissement personnel concédé par lui-même et par quelques autres pionniers, dans le succès de la Celebration et de l'arrangement local en général. À l'instar de la COWA, il souligne que l'enjeu est désormais de s'assurer que la nouvelle génération de *winemakers* s'implique de façon équivalente dans les institutions locales.

³³ Le succès est apprécié ici sur la base de la croissance de la demande pour les vins de Central, de la stabilité de leur niveau de prix (qui a rapidement atteint un niveau relativement élevé), de la popularité de la Celebration (dont les places sont rapidement vendues plusieurs mois à l'avance), de collaborations internationales imbriquées dans l'arrangement local (le verre Riedel, voir *infra*) ainsi que sur la base des valeurs symboliques et sensorielles qu'elle dégage et distribue et que les entretiens et l'observation participante ont clairement mises en évidence.

Au-delà de l'investissement personnel (ressource temps, humaine) décisif apporté par quelques acteurs individuels, plusieurs acteurs clés soulignent que sans le support du paysage, la Celebration n'aurait pas connu un succès si rapide. Le décor « brut » de Central Otago constitue en effet une infrastructure importante qui est mobilisée (de façon délibérée) dans l'arrangement afin de produire des valeurs symboliques de type « *paysage identitaire* ». Ces valeurs viennent en partie combler le peu d'épaisseur historique de la viticulture en Nouvelle-Zélande, contrairement aux régions viticoles dont Central s'inspire (la Bourgogne surtout) et dont la force symbolique s'appuie sur une longue tradition viticole.

L'artisan de la Celebration souligne que « *sans le paysage de Central Otago, le succès n'aurait jamais été le même. Le paysage nous apporte beaucoup, il compense le manque d'histoire du pays* [contrairement à l'Europe] ».

Encadré 35. Le regard d'un critique de vin kiwi sur la Celebration

Un des plus influents critiques de vin de Nouvelle-Zélande, Raymond Chan, compare sur son blog³⁴ les qualités de la Celebration à l'ambiance de la Pinot Noir Conference. Cette manifestation de promotion nationale (pour les pinots noirs de Nouvelle-Zélande) qui a lieu tous les trois ans à Wellington est organisée par NZW et s'inspire en partie du modèle de la Celebration. La description donnée par Chan résume très bien les valeurs symboliques et sensorielles que la Celebration développe et l'accent qu'elle porte sur les dispositions de réception des consommateurs.

« However, the Central Otago Pinot Noir Celebration is a focus on one region, and as such, it gives a deeper insight to the particulars of growing and making of Pinot Noir there and how it tastes, whereas the Wellington conference offers a broad, countrywide perspective. Being in situ in Central Otago offers delegates the experience of feeling the environment where the vineyards are site, the grapes grown and the wine made. You can sense the terroir. And of course, the natural beauty of Central Otago is stunning and incomparable. Wellington offers the sophistication of a city, the situation where much fine Pinot Noir will be consumed. The compactness of Wellington is a logistical pleasure. There is no doubt the Central Otago experience is more hedonistic and consumer-focused. This makes it a wonderful event for a wider audience. »

³⁴ <http://www.raymondchanwinereviews.co.nz/blog/central-otago-pinot-noir-celebration-2014-overview>.

L'impact du sol sur la forme du vin, vraiment ?

En ouverture de la Celebration se tient une *master class*, au nombre de place limité. Les participants de l'année (2015) y ont suivi un cours détaillé sur le thème transversal de la manifestation, qui traite de l'impact du sol sur la forme du vin. Plutôt que de distinguer les régions, les organisateurs ont identifié et présentés trois types de sols en Central Otago (en fonction de leur âge géologique) sur la base des terrasses glacières qui recourent les régions, et qui ont entre cinq cents et cent millions d'années. Le choix de cette thématique a clairement pour but de prendre de la distance concernant l'identification de sous régions en Central Otago, dont les discussions ont soulevé de (trop) nombreuses rivalités (voir le point sur les rivalités géographiques en Central Otago *supra*).

À l'issue de la *master class*, de nombreux acteurs restent – discrètement – sceptiques sur la possibilité même d'identifier une influence du sol au-delà de sa nature plus ou moins drainante. On a ainsi l'impression d'assister à un double jeu : tout le monde pense un peu qu'il est exagéré de pouvoir retrouver les propriétés fines du sol dans la forme d'un vin, mais personne ne renonce cependant à souligner cet aspect pour présenter les vins, encore moins lorsqu'il s'agit des siens.

Il s'agit à notre sens d'une ambivalence de plus dans le rapport des acteurs locaux à la notion de terroir et à son « totem », la Bourgogne. Il est évident pour chacun des acteurs que le sommet de la hiérarchie symbolique à laquelle correspond la Bourgogne est très fortement associé aux terroirs de cette dernière et, ce faisant, aux propriétés du sol. C'est pour cela qu'un discours et un *storytelling* puissant sur la nature du sol sont incontournables pour les acteurs locaux, même s'ils n'y croient qu'à moitié.

Nous avons relevé plus haut que le terroir en Central Otago – la remarque vaut pour la Nouvelle-Zélande en général – est présenté essentiellement sous ses aspects géoclimatiques et que les facteurs humains sont notoirement absents des descriptions. Spontanément, cette omission (volontaire ?) semble compréhensible dans une région du Nouveau Monde, par définition moins dotée en épaisseur historique de facteurs humains. Un vigneron français invité à la Celebration, issu d'une grande maison de Bourgogne – et écouté avec attention durant les discussions – ne se prive d'ailleurs pas de rappeler, pour conclure les débats sur l'expression du terroir dans le vin, que le terroir ne se limite pas au sol : on peut tout à fait faire un vin minable sur les meilleures parcelles de Vosne-Romanée. La qualité nécessite une relation particulière entre le travail de l'homme et le sol ainsi que la capacité à révéler une particularité du sol.

L'impression que l'on peut avoir d'assister à une « *stratégie symbolique* » en Central Otago est confirmée par les propos très analytiques du *winemaker* à l'origine de la Celebration. Celui-ci souligne l'importance décisive à l'heure actuelle de l'échange et de l'apprentissage croisé entre les *winemakers*, sachant qu'à terme leur importance sur la complexité du goût des vins de Central

va diminuer. Stratégiquement, l'essentiel consiste pour lui à communiquer dès maintenant et de façon continue sur le terroir local, pour la réputation de Central Otago et pour y rendre le consommateur attentif. Même si pour l'instant, ce sont toujours les *winemakers* qui font l'essentiel du travail (en termes de valeurs sensorielles du vin) :

« *We still need to tell the public that the soil is the boss, though we know that we are actually the boss. Some day, it is going to change and the soil will really be the boss. We need to consistently support the ongoing dynamic.* » (Entretien)

Les facteurs humains, bien qu'ils soient occultés de la présentation du terroir par la promotion locale, sont donc bel et bien les plus importants dans l'expression du terroir de Central Otago, mais pas exactement dans le sens entendu par la définition française du concept.

Déroulement de la Celebration³⁵

La Celebration permet aux participants de prendre part à plusieurs événements durant lesquels se déroulent des dégustations de vins de la région. Le premier après-midi accueille la *master class* qui traite du thème de l'année (la relation entre le sol et la forme du vin, par exemple) pour un public plus restreint (inscription supplémentaire)³⁶. S'ensuit un apéritif dînatoire auquel sont conviés tous les participants. Les deux autres jours sont marqués par deux dégustations majeures : 1) la Grand Tasting, une dégustation des pinots des quarante labels de Central qui participent à la Celebration, et 2) la Formal Tasting, une dégustation formelle des six vins d'une région étrangère invitée. Le premier soir est réservé à un repas décontracté (barbecue) et festif accompagné des vins de la région. Performance de Haka et musique *live* jusque tard dans la nuit font partie du programme. Les *winemakers* de la région ont alors toute latitude de témoigner de leur sens de la fête et des bonnes relations qu'ils entretiennent. Le second (et dernier) soir se tient le dîner de gala (The Grand Dinner) dans un restaurant d'altitude qui offre une vue panoramique sur le lac et les Remarkables, les montagnes qui dominent Queenstown. Plus conventionnel (les invitations traduisent la nature plus formelle de ce repas), ce dîner est conclu par une mise aux enchères d'un assemblage créé uniquement pour la Celebration à partir de plusieurs caves de

³⁵ Le déroulement de la Celebration 2015 s'appuie sur une observation participante. Plusieurs entretiens informels (brefs échanges, discussions plus spécifiques et questions complémentaires posées à des acteurs déjà rencontrés en entretiens formels) complètent les observations. Pour des raisons pratiques et stratégiques (maintenir une ambiance informelle), une prise de notes manuscrite documente ces trois jours d'observation participante, aucun enregistrement n'ayant été réalisé.

³⁶ L'auteur n'a pu participer à la *master class*, toutes les places ayant été réservées bien longtemps à l'avance.

la région, enchères dont les bénéfices sont destinés à une fondation caritative créée par les organisateurs.

Chacun des lieux des activités mélange habilement haute culture sensorielle et décontraction typiquement kiwi, avec une touche d'excentricité supplémentaire, revendiquée par les *winemakers* de Central Otago. Les repas gastronomiques se tiennent dans des restaurants chics, ou dans les *wineries*, et sont réalisés (et présentés) par des chefs de la région qui mettent l'accent sur l'utilisation de produits locaux.

Les organisateurs soulignent plusieurs fois le caractère décontracté (*casual*) des *winemakers* de la région. L'ambiance est festive, le ton des discours du président de la Celebration à l'humour. Elle correspond à ce qui a été décrit par les acteurs durant les entretiens plusieurs mois auparavant : la Celebration vise à (faire) vivre une expérience exceptionnelle, inoubliable et non pas juste une dégustation. Il s'agit de se faire des amis, de garder un souvenir marquant. La combinaison de la Grand Tasting du premier jour avec la Formal Tasting du second forme un équilibre en termes de valeurs symboliques. On est debout et on se bouscule pour déguster les 80 vins (deux millésimes par label participant) du premier événement, mais il y a davantage de temps pour échanger avec les autres participants. Le président de la manifestation (*winemaker* dans une cave pionnière, Chard Farm) fait son discours de bienvenue en short et tennnis, debout sur le bar. L'épouse d'un *winemaker pionnier*, réputé autant pour son excentricité que pour la qualité de ses vins et son expérience dans les plus grandes caves de Bourgogne, est pieds nus lorsqu'elle fait déguster des pinots haut de gamme, un détail qui renvoie à l'identité culturelle des producteurs³⁷.

La dégustation du second jour a quant à elle tout le sérieux et les codes habituels d'une dégustation formelle : silence de douze minutes pour déguster six vins, eau et *crackers* pour le palais, température de la salle, parfums proscrits, etc.

Cet équilibre est recherché par les organisateurs qui tiennent à ce que la Celebration soit une expérience hédonique et festive. Durant les repas et soirées, certains participants (consommateurs) asiatiques se distinguent en s'isolant pour déguster méthodiquement et systématiquement (photographie de l'étiquette, notes de dégustation détaillées) la totalité des vins présentés. Une attitude « trop » sérieuse qui est parfois doucement moquée par des acteurs kiwis de la filière et qui souligne les valeurs symboliques (lien social et décontraction) que les organisateurs cherchent à construire avec cette manifestation.

³⁷ Être pieds nus, n'importe où, par n'importe quel temps et à n'importe quel âge, est une pratique relativement courante en Nouvelle-Zélande. Les visiteurs étrangers sont souvent frappés de voir autant de gens marcher pieds nus en ville, et l'auteur a eu plusieurs fois l'occasion d'entendre des kiwis revendiquer cette pratique comme une marque culturelle, le « *true kiwi style* », symbole de décontraction et d'indifférence au froid.

Durant la Grand Tasting, les producteurs qui présentent leur vin répondent volontiers aux questions. Ils paraissent cependant surpris et gênés lorsqu'on leur demande s'ils font eux-mêmes leur vin et que ce n'est pas le cas. La question de la vinification à façon est un point sensible pour tous les propriétaires de labels «à deux dimensions» (raisins et vente, mais pas vinification, la troisième dimension) qui souhaitent y parvenir à terme. Différents obstacles doivent être franchis avant de pouvoir vinifier son propre raisin, notamment à cause du coût des infrastructures et de l'accès (du label) au marché³⁸.

Il apparaît clairement que l'idéal de la hiérarchie symbolique consiste non seulement à avoir son propre label, mais également à réaliser soi-même la vinification ou du moins à la superviser. Même les plus grandes caves qui réalisent la vinification à façon discutent moins volontiers du fait qu'elles vinifient aussi pour d'autres labels. Certains non-dits qui pèsent sur ce sujet de discussion tiennent en partie au fait que le raisin vinifié sous contrat peut devoir être mis au second plan lorsque des arbitrages doivent être faits en cave (priorité d'une cuve nécessitant une intervention rapide, par exemple).

Diversité des valeurs sensorielles: des «bombes de fruits» à la «texture» du vin

La diversité, d'un label à l'autre, des styles de pinot produits en Central Otago est particulièrement frappante, même pour un dégustateur amateur. Pour un même millésime, certains vins seront très concentrés, avec beaucoup d'extraction et de chaleur et une éventuelle impression de lourdeur (selon notre palais), alors que d'autres labels réaliseront des vins plus délicats, légers et complexes. La Grand Tasting est ainsi une démonstration grandeur nature de la liberté de style dans la vinification, qui caractérise les pinots de Central Otago et qui est au principe de la «coopétition» chère aux institutions de l'arrangement local. Cette profonde diversité dans les valeurs sensorielles dégagées par la ressource découle plus de l'origine des *winemakers* que de celle des raisins dans les terroirs de Central: l'opposition la plus marquée distingue les styles de ceux qui ont travaillé en (ou viennent de) France notamment, et les *winemakers* d'origine américaine (de Californie tout particulièrement).

Cette diversité des valeurs sensorielles est célébrée par les acteurs locaux parce qu'elle est l'expression collective de l'autonomie de chacun des producteurs. Elle n'en fait pas moins l'objet de tentatives de «recadrage», ou du moins de canalisation vers un certain faisceau de valeurs sensorielles considérées comme étant plus en phase avec les valeurs symboliques qui doivent assurer la

³⁸ Les producteurs ont souvent déjà pris un gros risque avec l'achat de terrain à l'entrée. Mais il faut ensuite s'assurer de stabiliser ses récoltes et ses ventes: 1) d'abord de raisin, puis 2) de vin pour 3) ensuite éventuellement vendre la totalité du raisin sous son propre label, avec enfin l'espoir ultime de 4) pouvoir vinifier soi-même la production.

différenciation de la ressource à plus long terme. Dit autrement, dans ce contexte très libéral revendiqué, nous avons pu observer le travail que déploient certains acteurs clés (les meneurs, parmi les pionniers) pour faire évoluer la ressource – et la perception de celle-ci – de valeurs sensorielles du type « bombes de fruits » (vin puissant) vers des vins qui se distinguent davantage par leur texture.

Pour aboutir, ce rééquilibrage vers d'autres valeurs sensorielles demande que soient surmontées les rivalités liées à l'attachement à d'autres valeurs (*i. e.* l'autonomie de chacun de faire son vin selon le style qu'il entend) : les acteurs qui souhaitent faire évoluer la ressource doivent ainsi trouver des éléments (sensoriels et symboliques) communs pour permettre l'apparition d'un consensus.

Le compromis de la « compression des tannins » pour aller vers la « texture »

La tentative de rééquilibrage qui s'opère ici vise 1) à préserver les valeurs symboliques que sont la diversité des acteurs, leur lien social et (à accroître) la réputation de la désignation de vin Central Otago tout en 2) renforçant la production de valeurs sensorielles spécifiques (texture, expression du terroir) au détriment de valeurs sensorielles plus axées sur le fruité et la puissance (« bombes de fruits »).

La Formal Tasting présente six pinots noirs allemands et – suivant la thématique de l'année – se concentre sur la relation entre le type de sol et la forme du vin (« *the impact of soil on the shape of wine* »). Un *Master of Wine*³⁹ et négociant en vins allemands présente de façon détaillée au public les spécificités de chacun des terroirs de production des pinots dégustés. Un panel de trois experts préside cette dégustation formelle : le *winemaker* de l'une des plus grandes caves de Central, Mt Difficulty Wines, en charge de l'organisation de cette dégustation ; un critique anglais renommé (Tim Atkins) ; un critique de vin australien. La discussion plénière qui suit la dégustation ne remet pas en question la possibilité de percevoir les caractéristiques du sol, mais aborde la manière de concevoir, de formuler et de communiquer la dégustation.

Plusieurs acteurs locaux (issus des pionniers) soulignent que la recherche de l'impact du sol sur un vin implique de se concentrer sur la texture du vin, la sensation tactile en bouche, et non pas sur ses arômes (les fruits, les fleurs, etc.). L'expression en bouche de la texture fait le lien entre les informations contenues dans la graine et le sol dans lequel elle doit se reproduire. En revanche, les arômes de fruit et la couleur, beaucoup plus faciles à identifier et à décrire (en abondance) dans les notes de dégustation, renvoient au sucre, à la peau et à la pulpe du raisin, qui sont les éléments les plus communs et les moins à même de rendre compte des spécificités du sol dans le vin.

³⁹ Un des 390 diplômés du très prestigieux Institute of Masters of Wine londonien : <http://www.mastersofwine.org/>.

Ce débat illustre des luttes pour le positionnement (de Central Otago) dans le champ de la critique œnologique. L'objet de cette dégustation formelle consiste ainsi à préparer le terrain à une critique plus attentive à d'autres aspects du vin, chers à plusieurs pionniers et meneurs de la région, porteurs d'une vision à long terme pour la ressource qui la rapproche de l'idéal symbolique des vins bourguignons. Au détriment d'une ressource aux attributs sensoriels plus « américains », et tout en ménageant la grande diversité qui voit se côtoyer ces deux registres en Central Otago.

Le premier « nœud » pour cette orientation vers de nouvelles valeurs sensorielles est qu'il s'agit d'une région qui s'est d'abord construite sur des « bombes de fruits ». Une sorte de péché de jeunesse (lié au climat local combiné à des vignes jeunes et à des styles de vinification), selon les meneurs actuels qui soulignent tous en entretien que le but, c'est d'aller vers des vins plus délicats, avec une structure tannique de meilleure qualité, que seuls des vignes plus âgées (et davantage d'expérience et de pratique locale) permettront d'obtenir (« *avoir le moins possible à faire en cave* », « *laisser parler le raisin* », etc.). À ce titre, de nombreuses caves se sont lancées dans une vinification de leurs pinots haut de gamme avec des grappes entières, c'est-à-dire en incluant les rafles (la partie ligneuse de la grappe) durant la vinification. Cette technique, parfois pratiquée en Bourgogne, permet d'apporter davantage de complexité et de structure tannique au vin. Il faut pour cela que le raisin soit bien mûr. Dans le cas contraire, la grappe risque d'apporter un goût herbacé trop prononcé et des tannins dits verts (trop agressifs). Pourtant, c'est parfois justement ce caractère herbacé qui est recherché, précisément pour contrebalancer une expression du fruit trop marquée (souvent liée à la jeunesse des vignes), comme l'indique un *winemaker* de la principale coopérative de Central Otago⁴⁰.

Central Otago évolue ainsi dans un monde du vin qui discute beaucoup des arômes, surtout de fruits, et dont les notes de dégustations habituelles sont saturées de descripteurs de baies rouges, de fruits exotiques, de concentration, etc., comme le soulignent les intervenants, *wine writers* compris (pourtant les premiers vecteurs de cette prose). Dans ce contexte, il n'est pas facile de produire un autre type de critique, centré sur la forme et la texture du vin. Peu de journaux sont disposés à parler de terre/de vins terreux, pierreux ou encore de « poussière » ou « saleté » (littéralement, « *dirt* ») pour rendre compte d'aspects plus sauvages, souvent l'expression de vins plus naturels, plus authentiques et moins « travaillés » en cave.

Et il est loin d'être évident que les consommateurs saisissent immédiatement de telles descriptions. Une participante (simple consommatrice) souligne que les consommateurs sont souvent dépassés par les notes de dégustations lyriques et souhaitent davantage connaître l'histoire des gens qui produisent le vin plutôt qu'une liste aérienne d'arômes et de senteurs.

⁴⁰ <http://www.fq.co.nz/life/culture/why-you-need-to-try-central-otago-wine>.

Le deuxième « nœud » est que le monde du vin (l'organisation industrielle) correspondant à ces valeurs sensorielles (fruits, couleurs, puissance et chaleur, etc.) est celui du *winemaker*, qui n'est pas vigneron-encaveur, mais travaille du fruit qu'il a acheté. Bien sûr, dans les grandes maisons, le suivi par le *winemaker* du travail à la vigne va de soi, mais on est loin d'une relation sol-vigne-vinification construite sur quelques générations au sein d'une famille comme c'est le cas pour les domaines de référence en Bourgogne. Seuls quelques-uns des acteurs locaux s'inspirent d'un modèle similaire ou proche, notamment parmi les pionniers et les meneurs de l'arrangement. Pour les plus grands producteurs, c'est une démarche difficile à suivre, sauf pour les vins en parcellaire. Cette ambition de rééquilibrage des valeurs sensorielles met fondamentalement en question leur modèle industriel.

Le débat se conclut sur une intervention de l'un des pionniers – proche de la Bourgogne et très engagé en faveur de la production de vins qui se distinguent par leur texture – qui suscite l'approbation générale des autres acteurs locaux. Celui-ci considère que l'une des constantes qui caractérisent la typicité des vins de Central, en termes de texture, est la compression des tannins en fond de palais. Les tannins sont un des éléments centraux de la texture – ils sont issus des graines (et aussi des rafles) et non de la pulpe ou de la peau du raisin. Stratégiquement, mettre l'accent sur les caractéristiques des tannins permet de trouver un terrain d'entente accessible à un plus grand nombre d'acteurs. Cette intervention subtile met un terme à la discussion et apporte un point de consensus sur l'idée d'orienter la ressource vers de nouvelles valeurs sensorielles.

21.3.4 Le verre de Riedel « Central Otago Pinot Noir »

Depuis le printemps 2015, les producteurs de Central Otago disposent d'un instrument supplémentaire pour différencier leur ressource et y apporter un supplément de valeurs symboliques (en l'occurrence, réputation du nom de la région et vin d'exception). Il s'agit d'un verre en cristal produit par une prestigieuse entreprise de verrerie autrichienne, Riedel. Le verre a été conçu spécifiquement pour les pinots noirs de Central Otago, qui ont donné leur nom à ce nouveau modèle.

C'est Riedel qui a contacté les producteurs de Central Otago, *via* NZW, pour leur proposer de développer un tel verre (voir Encadré 36). En 2007, une expérience à peu près identique avait été réalisée pour le pinot noir de l'Oregon⁴¹. Elle a abouti à la création d'un modèle de verre Riedel intitulé non pas « *Oregon Pinot Noir* », mais « *Vinum XL* », un détail crucial et malheureux pour la promotion des pinots noir de l'Oregon. L'entreprise Riedel fait

⁴¹ Article de presse issu de l'International Pinot Noir Celebration de l'Oregon en 2007, <https://www.thefreelibrary.com/Legendary+Glassmaker+Georg+Riedel+Joins+With+The+International+Pinot+...-a0158543038>.

uniquement référence à l'Oregon dans les quelques lignes qui expliquent, sur son site, le développement de ce verre à pinot noir⁴².

Conscients de l'erreur commise par l'Oregon, les producteurs de Central Otago ont accepté la proposition de Riedel à condition que le modèle de verre développé porte le nom de «Central Otago Pinot Noir». Ce qu'ils ont obtenu. Ce verre figure comme nouveau produit dans la collection «Extrême Restaurant» de Riedel. Une collection conçue spécialement pour les caractéristiques sensorielles des vins du Nouveau Monde, selon l'entreprise :

«Extreme glasses are named for their extreme contours and have diamond-shaped bowls that angle out dramatically before narrowing at the top. The result is an exceptionally wide evaporation surface that intensifies and enhances silkiness in the mouth of New World wines, which tend to be more fruit driven in style.»⁴³

Ce partage du droit d'usage du nom de Central Otago dans le catalogue des produits Riedel n'est fondé sur aucun contrat écrit. Le producteur qui a pris en charge le projet en Central Otago précise⁴⁴ que le partage des coûts et des droits de propriété intellectuelle devait initialement être fixé par contrat, mais que finalement Riedel a pris l'ensemble des coûts de développement à sa charge et a renoncé à un contrat. Les producteurs de Central sont confiants dans la solidité de cet arrangement, étant donné que Riedel a déjà commencé à commercialiser le verre sous le nom «Central Otago Pinot Noir» et que l'entreprise n'a aucun intérêt à le renommer ultérieurement.

Concrètement, le verre a été développé à la suite de plusieurs ateliers de dégustation avec douze *winemakers* de Central Otago afin d'accentuer les valeurs sensorielles des pinots noirs de la région. Ils sont parvenus à isoler deux verres «idéaux» parmi l'assortiment existant de Riedel – l'un était favorable aux arômes, l'autre à la sensation de texture en palais – et ont demandé à l'entreprise de réaliser un prototype sur la base de ces deux verres. Un ultime atelier de dégustation avec les deux verres et le prototype a confirmé unanimement la supériorité du prototype, et la production a été lancée. La paire de verres est vendue 65 \$, et l'un des acteurs à l'initiative du verre le décrit ainsi⁴⁵ :

«The glass tapers in (est échancre) then has a tiny lip on it. Being tapered compresses the varietal expression and delicacy of the perfume of Central Otago pinot noir. The most important part is the way the bowl is formed which forms a perfect balance between the fruit, acidity and tannin. It is an important milestone in the development and reputation of our spectacular wine region [...]. The glass has been fine-tuned to highlight the distinctive flavour profile

⁴² <http://www.riedel.com/collections/glass-collections/d/vinum-xl/pinot-noir/>.

⁴³ <http://www.riedel.com/restaurant/collection/l/extreme-restaurant/>.

⁴⁴ Entretien téléphonique du 16 septembre 2015.

⁴⁵ La forme spécifique du verre est visible sur le site de Riedel : <http://www.riedel.com/collections/decanter/d/extreme-restaurant/central-otago-pinot-noir/>.

of the region – a typically fruit-focused and intense mineral style.» (*Southland Times* du 27 mars 2015)

Un membre du District Council de Central Otago, qui se réjouit du projet, souligne l'apport de valeur symbolique que l'association avec Riedel procure, rappelant que si plusieurs verres de l'assortiment de Riedel portent des noms du Vieux Continent (Champagne ou Bourgogne Grand cru), « *this appeared to be the first time the company had produced a glass specifically for the wine of a New World wine region* » (*Southland Times* du 27 mars 2015). Cet enthousiasme n'est pas dépourvu d'une certaine touche de mauvaise foi, oubliant bien vite les producteurs de l'Oregon, qui, eux, ne sont pas parvenus à donner leur nom au modèle de verre qu'ils avaient développé.

Les producteurs admettent qu'au début, ils ont pris en considération ce projet essentiellement pour son intérêt marketing et la différenciation supplémentaire qu'il pouvait apporter – d'où leur exigence de l'usage du nom de la région pour le modèle de verre – même s'ils soulignent l'effet qualitatif (sensoriel) réel apporté à la dégustation. L'initiateur concède que dans l'idéal, étant donné la diversité des pinots de Central Otago, il faudrait un verre Riedel spécifique à chaque cave⁴⁶.

Ce verre rencontre un énorme succès, la première production est déjà épuisée. « *Le verre Central Otago renforce l'expérience des gens qui viennent déguster à la cave. Quand ils repartent, acheter les verres leur permet d'emporter davantage de l'expérience faite ici* », souligne l'un des acteurs. C'est donc un outil de différenciation supplémentaire, à peu de frais pour les acteurs locaux.

Encadré 36. Riedel, de Bourgogne Grand cru à Coca-Cola et Nespresso

La prestigieuse entreprise de verrerie et cristallerie autrichienne Riedel, qui s'appuie sur deux cent cinquante ans de savoir-faire, a opéré un tournant important depuis une dizaine d'années, avec des choix commerciaux qui ont nettement affaibli sa renommée.

Après des décennies aux côtés des vins de luxe et au profit d'une réputation de travail d'artisan, Riedel a notamment réalisé un verre pour la boisson industrielle Coca-Cola durant les années 2000. Le site de Riedel vante les arômes de cette boisson dont le goût est pourtant l'idéaltype de la standardisation industrielle: « *Shaped by trial and error by a panel of industry experts and Coca-Cola lovers, this form captures the distinct spices, aroma, and taste of Coca-Cola and creates a magical sensorial experience.* »⁴⁷
Dans l'univers des liquides comestibles, le Coca-Cola est certainement le

⁴⁶ Entretien téléphonique du 16 septembre 2015.

⁴⁷ <https://buy.shareacoke.com/product/the-coca-cola-riedel-glass>.

produit le plus éloigné des valeurs symboliques et sensorielles associées au vin. Plus récemment, un verre pour le café industriel aromatisé et préemballé Nespresso a également été développé, alors que la marque lançait simultanément et très sérieusement un produit « Grand cru »⁴⁸.

Malgré le discrédit relatif de Riedel qui découle de l'association avec ces produits industriels et standardisés par excellence, la marque Riedel continue à jouir d'une réputation importante et (encore) favorable. En tout état de cause suffisante pour apporter un supplément de valeurs symboliques à une région viticole. C'est l'avis unanime des producteurs de Central Otago. Des producteurs du Marlborough ont d'ailleurs recommencé (le projet serait sur la table depuis plus de dix ans) à discuter d'un projet identique, dans le but de développer un verre Riedel « *Marlborough Sauvignon Blanc* ».

21.3.5 Le rapport d'expertise marketing et géographique

Un dernier point mérite d'être mentionné pour compléter l'explication de l'ARL actuel. Il s'agit d'un rapport mandaté par la COWA et réalisé en 2011 par un groupe d'experts kiwis, auquel a pris part le géographe critique Nick Lewis (dont nous avons été l'hôte à l'université d'Auckland). Au-delà de son contenu, ce rapport est un double témoignage. Premièrement, il montre les *inputs* sollicités pour développer l'ingénierie institutionnelle de l'arrangement de régulation. Deuxièmement, il révèle comment des chercheurs peuvent mettre leur savoir à contribution – par le biais de mandats rémunérés – en vue de devenir des acteurs à part entière dans le développement d'une ressource complexe.

Les recommandations du rapport⁴⁹ s'appuient sur une série de présupposés explicites quant à la situation des vins de Central Otago: 1) la marque Central Otago et le terroir sont autant des actifs individuels que collectifs; 2) même relativement jeune, la réputation historique des vins de CO constitue une rente qui va continuer d'attirer des entreprises, locales ou externes, à la recherche de profit; 3) les stratégies collectives doivent laisser la place et accommoder les différents types d'entreprises qui coexistent en Central; 4) cette diversité et l'esprit d'entreprise qui caractérisent Central doivent être pleinement intégrés comme force dans la stratégie collective de création de nouvelles opportunités (Newth *et al.*, 2011, p. 4).

Afin de maintenir et de renforcer le succès et la réputation du vin de Central Otago, les auteurs considèrent que la région: « [...] *need(s) to layer*

⁴⁸ <http://www.nestle.com/media/news/nESPRESSO-coffee-riedel-glasses>.

⁴⁹ Un résumé complet du rapport est proposé par Laesslé (2016, p. 157-159).

its branding stories with additional and more sophisticated narratives and new branding practices [...] and strong relations among firms that sustain morale and effective collective practices» (ibid., p. 1). Ils invitent notamment les producteurs à utiliser la recherche (analyse des sols, sub-regions, etc.) pour créer du savoir-faire, mais aussi et surtout un narratif symbolique plus « épais » :

«Enhancing the brand will almost certainly add more value for money than seeking to protect the brand [...]. This will mean continued investment in education programmes, opportunity to share knowledge, and to support struggling brands through information exchange. It will also mean investment in research that enables regional branders to tell compelling and evidence based stories about the region.» (ibid., p. 34)

En l'occurrence, ils recommandent de continuer à se tenir à distance de toute forme de régulation contraignante et génératrice d'exclusion, tels que les AOC européennes. Ils invitent en revanche à renforcer l'épaisseur du *storytelling*, à savoir le travail opéré sur les dispositions de réception des consommateurs, et assurer ainsi l'entretien de la ressource, sans passer par des mécanismes d'exclusion formelle.

21.4 CONCLUSION DU CAS

Le cas de Central Otago est particulièrement révélateur et utile pour évaluer la pertinence des hypothèses de cette recherche. Il met en évidence le *continuum* AOC-marques et le fait que la lecture ARL-ressource est bien adaptée à l'explication de l'organisation des acteurs et du rôle de valeurs dans cette organisation (H_1 , H_{2a-c}). En revanche, les présents résultats semblent invalider la dernière hypothèse (H_{3b}).

Dans le cas présent, la ressource « tient ensemble » et se développe sur la base d'un investissement massif des pionniers (en temps et en ressource humaine). Mais ce sont bien les institutions de l'arrangement, et leur combinaison créative, qui permettent désormais de faire évoluer la ressource.

Depuis 2002, l'arrangement local de Central Otago peut être résumé en cinq points :

- 1) il correspond parfaitement à l'esprit (d'entreprise) libéral local (et national) ;
- 2) il institutionnalise et régularise le lien (social) entre producteurs, au-delà de la collaboration très « communautaire » des pionniers de la première heure ;
- 3) il stabilise les rivalités en ménageant les ambitions de chaque acteur (autonomie/indépendance) ;
- 4) il permet à la ressource de produire des valeurs symboliques très rapidement, en étant dirigé vers l'articulation des savoir-faire et des

dispositions de réception, mais en laissant en revanche très libre l'usage des infrastructures (contrairement à un arrangement de type AOC) ;

5) il fait preuve d'une efficacité commerciale incontestable.

Au terme de cette conclusion, le Tableau 15 propose une synthèse en forme de raisonnement causal de l'ARL de Central Otago. Plus généralement, l'arrangement actuel frappe par sa capacité à mobiliser les acteurs locaux vers la production d'une diversité croissante de valeurs symboliques et sensorielles, en résolvant ou en esquivant les rivalités locales. C'est grâce à l'ingéniosité des meneurs de l'arrangement que plusieurs écueils sont évités et que la mobilisation collective est efficace. À l'ordre du jour pendant plusieurs années, la question de la définition de sous-régions de production – certains producteurs défendant même le projet d'une définition exclusive sur le modèle d'une AOC – est finalement écartée, car trop conflictuelle et dommageable à l'entretien de la ressource. Depuis, l'usage des infrastructures ne fait que très peu l'objet d'une régulation locale additionnelle. Les discussions entre les acteurs locaux au sujet d'une AOC ont toujours lieu, mais de façon informelle et sans qu'existe pour l'instant la perspective (et la pression) d'une concrétisation institutionnelle. Sous cette forme, cette discussion favorise les échanges de savoir-faire sans nuire à la collaboration.

Il en est de même pour la question de l'évolution des valeurs sensorielles vers la texture et de celle, simultanée, des valeurs symboliques vers une image du terroir plus proche de l'idéal de la Bourgogne que de la Californie (voire de l'Oregon),

L'arrangement complète ainsi la régulation nationale avec des institutions formelles et informelles. La notion de « complément » n'a pas la même portée que dans un contexte à la densité normative élevée (et prescriptive, comme en Suisse) dans la mesure où le contexte très libéral de la Nouvelle-Zélande laisse une grande latitude à l'autorégulation des acteurs et aux « forces du marché ». Ce qui est frappant dans ce cas, c'est surtout le niveau de collaboration des acteurs dans un contexte très concurrentiel (la fameuse « coopération »), et notamment l'inclusion (sélective) d'acteurs externes dans le dispositif de promotion (COPNL et Celebration). Le favoritisme régional dans la livraison du raisin, très informel mais bel et bien structurant, vient contrebalancer cette inclusion des externes.

Les débuts de la ressource se sont concentrés sur l'articulation des savoir-faire – alors quasiment inexistantes – et des infrastructures (quel cépage planter, où, comment cultiver et vinifier, comment en vivre). Depuis les années 2000 cependant, l'arrangement s'est orienté massivement vers l'entretien des dispositions de réception des consommateurs et, dans une moindre mesure, des savoir-faire. L'essentiel des activités organisées par la COPNL (Celebration, *trade events*, etc.), ainsi que le verre Riedel et les projets d'œnotourisme visent le développement des dispositions de réception

des consommateurs, en s'appuyant parfois sur des intermédiaires clés, tels que les sommeliers, les négociants et les critiques de vin. La COWA vise quant à elle davantage l'entretien et l'articulation des savoir-faire de production locale.

Cette stratégie ne s'embarrasse que de très peu d'outils formels de propriété intellectuelle (individuelle [marque privée], ou collective [IG/AOC]) pour s'assurer de l'exclusivité de l'usage des dénominations de la ressource, le support de sa différenciation (Central Otago lié à pinot noir). La dénomination « Central Otago » fait cependant bien l'objet d'une marque commerciale déposée à vocation promotionnelle (voir *supra*). Cette même dénomination fait aussi partie de la liste *ad hoc* des vingt-sept indications géographiques viticoles que la filière néo-zélandaise a accepté de reconnaître. Enfin, les acteurs meneurs de l'arrangement se réjouissent de la consolidation de cette liste *ad hoc* dans une ordonnance à venir. Toutefois, la protection formelle sur l'usage (exclusif) de la dénomination (ou, *a fortiori*, de dénominations plus spécifiques en son périmètre, comme les sous-régions) n'est pas un enjeu. Le cas du verre Riedel est révélateur : l'organisation locale est parvenue à s'approprier un support de différenciation exclusif et à haut « rendement » en valeur symbolique sans se préoccuper de contrat formel. Le plus important consistait à s'assurer que la marque utilise la combinaison du nom de la région avec celui du pinot noir pour désigner le verre et le commercialiser.

Ainsi, l'arrangement vise à ce que la ressource se développe et produise une variété croissante de valeurs sensorielles et symboliques, permettant des combinaisons de valeurs spécifiques et adéquates du point de vue des acteurs meneurs, permettant notamment le rapprochement symbolique avec la Bourgogne. En d'autres termes, il apparaît que la restriction des droits d'accès à la ressource – que pourrait apporter un système d'AOC ou même une marque supplémentaire – n'est pas souhaitable (ou pas souhaité). Il est plus opportun de travailler collectivement et individuellement à l'entretien de la ressource, en construisant les dispositions de réception des consommateurs avec un *storytelling* plus « épais » et, bien sûr, des expériences symboliques et sensorielles conséquentes par le biais de la Célébration et des multiples événements de promotion. Ce travail d'entretien implique, en amont et en termes de mobilisation collective, de s'assurer du renouvellement des ressources humaines d'action qui ont permis le fonctionnement de l'arrangement avec un succès évident jusqu'à présent.

Tableau 15 Synthèse de l'arrangement de régulation localisé de Central Otago

Variable		Description
Indépendantes	Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Une première coalition se forme entre les producteurs pionniers, tournés vers la réputation de l'appellation et des revenus vitivinicoles suffisants. Intégration dans la coalition des nouveaux arrivants sur le territoire de la ressource (petits producteurs aussi bien que capital international) et d'acteurs externes (verrière Riedel). Coalition tournée vers une forte variété de valeurs symboliques et sensorielles, qui se complexifie (nouvelles valeurs) rapidement. Maintien de l'autonomie (diversité des styles de pinot) en consolidation du lien social, mais mise à distance relative des vins puissants des premières heures. Les acteurs recherchent: réputation de l'appellation, lien social, autonomie, vin puissant, vin d'exception, vin typique, expression du terroir, complexité, texture, contenant distinctif, revenus vitivinicoles.
	Ressources d'action	Mobilisation de ressources humaines (engagement des pionniers), consensus (esprit de communauté développé par les pionniers), temps (anticipation de l'effet du terroir). Construction d'une dotation en ressources organisation (COPNL et ses événements, stages en Bourgogne), consensus (solicitation informelle des grandes caves externes), humaines (implication de personnalités de Bourgogne et de Champagne), argent (logique <i>user-pay</i> des manifestations) et infrastructures (verre Riedel).
	Créativité institutionnelle	Créativité institutionnelle par l'imbrication des deux principales pièces formelles (COWA et COPNL) et leur combinaison avec les pièces informelles de l'ARL (Celebration, verre, liens avec la Bourgogne) dans un but interne (entretien de l'action collective, ménager l'autonomie par la «coopétition») et externe (diversification des valeurs). Stratégie double: d'une part, inclusion incitative et sélective (qualité des caves et condition du 100%) des acteurs externes (grandes caves) et, d'autre part, complément apporté par le pinot haut de gamme (valeurs symboliques et sensorielles) au MSB de Nouvelle-Zélande. Créativité spécifique de la COPNL qui cible les intermédiaires (courtiers) de la ressource pour développer les dispositions de réception des consommateurs.

Variable		Description
<i>Dépendantes</i>	Dimensions de régulation	Renforcement des règles d'appartenance (DR1) par l'inclusion incitative sous condition. Renforcement également des règles d'exploitation et d'entretien (DR2) par les activités de COWA et COPNL, notamment la Celebration, le 100% (requis également des caves externes qui participent aux activités de promotion). Le rapport d'expert mandaté alimente le contenu de l'extension des règles d'entretien (notamment par un narratif plus épais et fondé sur des éléments objectifs). Des règles d'arbitrage nouvelles découlent de la sélection des vins et des acteurs externes par le comité de COPNL.
	Constituants touchés	Accent majeur porté sur la construction des dispositions de réception: outil principal de la Celebration, complété par les événements de la COPNL (<i>trade events</i>), verre Riedel et œnotourisme. Travail parallèle sur les savoir-faire: formations de la COWA, échanges avec la Bourgogne. Peu de travail régulant l'usage des infrastructures, essentiellement <i>via</i> les conseils et les formations de COWA (adéquation sol-cépage) aux producteurs.

CHAPITRE 22

CONCLUSION INTERMÉDIAIRE DE LA TROISIÈME PARTIE

Que révèlent ces études de cas dans leur ensemble? Le premier enseignement est la capacité des arrangements observés à produire, dans un laps de temps extrêmement court, un volume important de valeurs symboliques. En l'occurrence, il s'agit de la réputation de l'appellation et de la marque (New Zealand, Central Otago, Marlborough), qui contribue principalement à assurer la différenciation de la ressource correspondante sur le marché global. Mis en perspective avec la construction de la ressource en Suisse (voir Laesslé, 2014), ce constat est saisissant.

C'est essentiellement de cette valeur symbolique que découle ensuite la production de valeurs économique pour les acteurs. Dans les deux cas, la ressource commune émerge par le travail d'acteurs privés qui prennent le risque d'un investissement (en temps, humain et financier) – considéré alors par leurs pairs comme insensé – dans le développement des savoir-faire et des infrastructures. L'entreprise Montana a littéralement «lancé» la ressource «vin du Marlborough», comme les pionniers de Central par leur travail acharné, quoique dans un esprit et dans des proportions totalement différents. Cette prise de risque d'acteurs individuels non coordonnés – et ce n'est pas la réifier que de souligner son caractère d'entreprise particulièrement risquée – s'opère en outre dans un environnement (économique et politique) très libéral. Cet «esprit libéral» marque les cas, et se traduit plus généralement par une éthique très répandue dans la société néo-zélandaise qui glorifie la capacité à se débrouiller, à trouver soi-même des solutions pratiques aux problèmes de la vie de tous les jours. Une éthique pratique qui se résume dans la fameuse formule: «*It's up to you*».

Au vu de cette origine très libérale des ressources régionales (et nationales, par ricochet depuis le Marlborough), on pourrait être tenté de penser que ce succès confirme le bien-fondé des incitations à innover que l'orthodoxie économique associe à la concurrence et à l'entreprise individuelle. Or, une fois analysés plus finement, les arrangements observés surprennent et invalident bien vite cette

hypothèse, et c'est là également un des apports de cette recherche: le niveau de coordination (stratégique) adopté par les acteurs de Central Otago est frappant dans un contexte qui en appelle pourtant surtout aux forces du marché. De plus, ce travail ne se fixe pas uniquement sur des aspects économiques, bien au contraire. L'arrangement national, qui est certes plus disparate et « décousu » que celui de Central Otago (notamment dans l'imbrication d'institutions complémentaires, telles que Complexity ou le Pinot Workshop) traduit lui aussi un niveau élevé de coordination au sein de l'industrie pour l'orientation de la ressource. Cette coordination s'exerce essentiellement à travers un puissant narratif axé sur la qualité et qui s'appuie sur une relation de symbiose entre petits artisans et grand capital transnational, qui permet de surmonter leurs rivalités et encourage la croissance du secteur.

Globalement donc, l'analyse des trois arrangements en Nouvelle-Zélande illustre comment, selon des modalités différentes, les acteurs parviennent à sécuriser rapidement la production de valeurs symboliques et sensorielles spécifiques pour les mettre au fondement de la différenciation de la ressource: le profil sensoriel si particulier du MSB pour le Marlborough; la symbolique d'exception du pinot noir empruntée à la Bourgogne et la diversité des goûts, qui va des « bombes de fruits » à des vins caractérisés par davantage de texture et de complexité.

Cette production de valeurs ainsi que la consolidation et le développement de la ressource sont rendus possible par des arrangements dont les dimensions ont pour particularité commune – au-delà de leurs spécificités – de porter un accent marqué sur la régulation des dispositions de réception des consommateurs, tout en délaissant en même temps (relativement) la régulation des infrastructures.

Les deux études de cas font apparaître, en outre, des ARL inclusifs, comparables à ce que révèle l'analyse de la ressource au niveau national. Central Otago s'appuie toutefois sur une forme de sélectivité et d'inclusion sous condition qui le rapproche d'une logique d'exclusion européenne, contrairement au cas du Marlborough. Or, il semble que cette dimension inclusive contribue de façon significative à l'équilibre respectif de chaque ARL, notamment en termes de valeur produite, et favorise ainsi l'implication des acteurs dans la ressource et le développement de celle-ci (à l'exception notable du Marlborough, dont les acteurs s'investissent essentiellement au niveau national). C'est peut-être cet aspect inclusif qui est le plus instructif lorsqu'il est mis en perspective avec les cas étudiés en Suisse (voir par exemple Laesslé, 2014) où les critères d'exclusion, articulés localement au régime des AOC, sont particulièrement saillants dans l'organisation de la ressource, parfois au risque d'entretenir certaines rivalités.

QUATRIÈME PARTIE

*« On n'est pas encore revenu du pays des mystères
Il y a qu'on est entré là sans avoir vu de la lumière
Il y a là l'eau, le feu, le computer, Vivendi et la terre
On doit pouvoir s'épanouir à tout envoyer enfin en l'air
[...]*

*Doit-on se courber encore et toujours pour une ligne droite?
Prière pour trouver les grands espaces entre les parois d'une boîte
Serait-ce un estuaire ou le bout du chemin au loin qu'on entrevoit?
Spéciale dédicace à la flaque où on nage, où on se noie
Autour des amandiers fleurissent les mondes en sourdine
No pasaran sous les fourches caudines. »*

(Noir Désir, À l'envers, à l'endroit)

CHAPITRE 23

RETOUR SUR LES RÉSULTATS

Le travail empirique présenté dans cet ouvrage nous a permis de plonger dans des univers d'une richesse débordante et exceptionnellement stimulante. Les études de cas présentées jusqu'ici ne reflètent bien sûr que partiellement la complexité qui se donne à l'observation et à l'analyse sur le terrain. Cette complexité – notamment technique (viticole, œnologique et, *last but not least*, institutionnelle) – ainsi que les nombreux implicites (professionnels mais aussi culturels) qui jalonnent le discours des acteurs de non-dits bien différents selon les cantons et les pays a requis de notre part l'assimilation de certains éléments de base pour comprendre le langage des acteurs et, dans quelques moments de grâce, pouvoir véritablement le parler avec eux¹. De nombreux entretiens débutaient par une phase de « mise à l'épreuve » du jeune chercheur, avant d'aboutir à la transmission d'informations précises ou éventuellement considérées comme sensibles par les acteurs. C'est dans ces interactions que la connaissance d'un minimum d'éléments techniques s'est avérée indispensable². Quoi qu'il en soit, ces analyses de terrain témoignent de la diversité des formes d'organisations sociales qui permettent à des ressources communes et territoriales d'émerger, d'évoluer, et de nourrir par les valeurs qu'elles produisent les besoins autant matériels qu'immatériels d'une multitude d'acteurs-usagers.

¹ Le soutien (financier) du Professeur Knoepfel dans ces formations d'introduction à l'œnologie a été extrêmement précieux.

² Le fait d'être un homme apparaît également comme un atout certain dans un univers qui, comme tant d'autres, est dominé par les hommes – malgré la présence croissante d'œnologues féminines. Une chercheuse française travaillant dans le même domaine confiait son désarroi face à l'attitude résolument inaccessible de nombreux exploitants français rencontrés durant son enquête de terrain. En l'occurrence, le stigmate du genre se double de celui de la métropole en France : le chercheur vaudois aura pu bénéficier d'un accès très ouvert à certaines caves du Valais, à l'opposé des portes closes des coopératives du Languedoc auxquelles se sera heurtée la chercheuse parisienne.

Le foisonnement du matériel empirique fait apparaître une variété frappante de configurations d'acteurs, de valeurs recherchées et de types de « jeux » entrepris sur les institutions (existantes ou créées pour l'occasion) et qui mènent à combiner ces dernières dans une ingénierie institutionnelle dont la créativité ne lasse pas l'analyste. Le régime suisse du vin donne lieu à une grande diversité cantonale – que les deux principaux cantons illustrent mais n'épuisent certainement pas – dans la façon de concevoir la partie cantonale du régime des appellations. Cette diversité est elle-même multipliée en leur sein, à l'échelle des études de cas.

La Suisse et la Nouvelle-Zélande sont aux antipodes, en termes littéralement géographiques, mais aussi dans le rapport culturel (pour ne pas dire historique) que la société entretient avec le vin et dans la sensibilité politique au sujet des instruments (de politique publique et de propriété intellectuelle) légitimes pouvant être utilisés pour orienter le développement de cette ressource. La Nouvelle-Zélande contribue significativement à ce tableau impressionniste en se prêtant étonnamment bien aux outils conceptuels initialement conçus sur et pour le Vieux Continent. Indépendamment des antagonismes (avérés ou supposés) entre la conception européenne des appellations de vin et celle du Nouveau Monde, la grille d'analyse par les ressources et l'arrangement fait bel et bien surgir des régularités. Comme le présent chapitre le révèle, ces régularités apparaissent davantage sur le fond des arrangements que sur leur forme – l'inverse serait par ailleurs surprenant étant donné les contextes (institutionnels) particulièrement différents des études de cas : la créativité institutionnelle des acteurs, qui se concrétise dans la multitude des solutions et des combinaisons locales qui sont adoptées, a systématiquement pour but (*i. e.* dans le fond de l'arrangement) de surmonter les rivalités (plus ou moins) locales portant sur la définition et sur les usages légitimes de la ressource, et il apparaît qu'elle se concentre sur deux pôles (conceptuellement) antagonistes, à savoir le caractère inclusif ou au contraire exclusif de la ressource.

Cette quatrième partie, conclusive, va permettre de revenir sur les enseignements de chaque cas en les confrontant aux hypothèses. Les sections qui suivent rappellent les principaux résultats qui découlent de la confrontation du modèle d'analyse à ce terrain empirique foisonnant.

Pour introduire la discussion des hypothèses, on se bornera à rappeler successivement les principaux résultats de chaque ARL, sans entrer dans une démarche de comparaison. L'analyse comparative, qui prolonge la démarche explicative (Knoepfel *et al.*, 2006) des processus causaux menée dans les études de cas, sera conduite à la suite du rappel des résultats, sur la base d'un Tableau 16 de synthèse de l'ensemble des cas. L'objectif ici est désormais celui d'une montée en généralité qui implique, inévitablement, une réduction de la complexité de chaque cas. En revanche, dans le cadre de la réponse aux hypothèses de recherche, la discussion portera de façon transversale et approfondie sur l'ensemble des cas, chacune des hypothèses permettant de mettre en perspective,

sur un même plan, des éléments puisés dans les cas. La réponse aux hypothèses fera émerger de façon plus saillante les enseignements généraux concernant à la fois la créativité institutionnelle comme moyen de surmonter les rivalités et la nature plus ou moins inclusive ou exclusive des ressources dont l'ARL encadre le développement et l'usage.

Le chapitre suivant propose une discussion conclusive, ayant pour but de replacer l'ensemble des résultats de la recherche dans la problématique que soulève la thèse. Ce chapitre de clôture m'amènera autant à revenir sur les limites de l'analyse qu'à esquisser les axes de recherches et les réflexions qu'elles invitent à entreprendre, sachant que ce travail ne jette un peu de lumière que sur quelques-uns des enjeux des valeurs du vin. Une ultime section de la discussion de conclusion s'attelle à apporter une réponse à l'ambition pratique de cette thèse, en formulant des recommandations – modestes et prudentes – à l'attention des acteurs publics et des acteurs impliqués dans la filière vitivinicole en Suisse.

23.1 DEUX CANTONS DANS LE RÉGIME SUISSE

Chacun des deux principaux cantons producteurs de Suisse montre une logique différente dans sa conception des AOC. Cette orientation inscrit les deux couples d'études de cas dans un contexte institutionnel bien particulier, qui a un effet structurant sur les jeux d'acteurs qui s'élaborent.

Or, cet effet structurant du contexte institutionnel sur le comportement des acteurs n'explique pas à lui seul, et de loin, les modalités de construction des arrangements et de définition des ressources correspondantes: les contraintes endogènes aux périmètres propres à chaque ressource s'ajoutent et modifient parfois le pouvoir structurant du contexte réglementaire et institutionnel cantonal. Les conceptions que les acteurs ont – c'est-à-dire les valeurs recherchées par ces derniers – relativement à la forme que devrait prendre la ressource et aux usages de celle-ci qui devraient être favorisés se profilent comme des éléments déterminants pour expliquer l'intensité des rivalités locales et les spécificités de l'ARL adopté pour les stabiliser et pour faire émerger la ressource.

La créativité institutionnelle des acteurs consiste alors précisément à articuler les contraintes endogènes avec l'effet structurant du contexte institutionnel, dans le but de renforcer la différenciation de la ressource, en trouvant la meilleure combinaison possible (et acceptable) du point de vue des acteurs locaux et relativement aux rivalités qui les opposent. C'est sous cet angle que le modèle conceptuel révèle tout son intérêt, en offrant une analyse systématique de ce travail d'ajustement, entrepris par des acteurs qui visent à maintenir ou à rendre (éventuellement davantage) productive une ressource qu'ils exploitent en commun. La typologie des valeurs retenues ainsi que la définition de la ressource proposée dans cet ouvrage (articulation de trois constituants notamment) permettent en effet d'adopter une démarche explicative fructueuse des enjeux

propres à la mise en valeur de ressources territoriales, couvrant, avec la même grille d'analyse, le spectre très diversifié de la réalité des appellations de vins dans de multiples contextes, en Suisse, mais également dans le Nouveau Monde.

23.2 LE CANTON DE VAUD

Le régime des appellations vaudoises que la réforme de la réglementation correspondante modifie en 2009 est d'une complexité exceptionnelle que cette recherche, nous l'espérons, parvient à communiquer malgré tout au lecteur. L'ingénierie institutionnelle des droits d'assemblage de 1985 n'est pas sans rappeler la complication des mouvements d'horlogerie développés par d'autres savoir-faire. L'équilibre économique subtil qui s'établit entre les multiples appellations (les porteuses, les intermédiaires, puis les ailes) y apparaît comme le corollaire de la domination d'un cépage, le chasselas. Mais il correspond également à l'expression de la domination d'un modèle économique et cela, malgré le narratif quelque peu incantatoire – ou du moins pris au sérieux par une minorité de producteurs seulement – sur la formidable capacité du chasselas à révéler les terroirs du canton (donc à produire des valeurs sensorielles décisives). Faisant face à l'évolution du régime fédéral, qui réduit les possibilités de coupage pour les AOC, les acteurs de la filière vaudoise, d'entente avec les autorités cantonales, choisissent d'opérer un tour de passe-passe. Plutôt que de rendre les règles (d'assemblage) plus restrictives, ce qui aurait permis de maintenir le label AOC associé à ses appellations originales (par exemple AOC Féchy, et non AOC La Côte; AOC Epresses et non AOC Lavaux, etc.), les acteurs vaudois choisissent de faire correspondre l'appellation d'origine contrôlée à un périmètre plus grand. Dans un double mouvement, les droits d'assemblage au sein de ce même périmètre restent souples pour les appellations de lieux de production (qui ont entre-temps perdu l'AOC), ce qui maintient l'effet multiplicateur ayant fait le succès du régime précédent.

Ce jeu de bonneteau³, qui va jusqu'à soumettre à l'OFAG l'idée, pour le moins pittoresque, d'avoir des « doubles appellations », vise à ce que tout change pour que rien ne change, comme le diraient peut-être des observateurs transalpins: les valeurs économiques des appellations porteuses doivent être maintenues. Dans ce contexte, les études de cas révèlent l'ampleur de la diversité des valeurs recherchées par les acteurs locaux et les rivalités jusqu'ici stabilisées, qui éclosent dans un contexte de changement: ici, au travers des rivalités sur les flux de revenus (entre la valeur financière du foncier et des marges commerciales réalisées avec des assemblages ou un élargissement du périmètre de l'appellation);

³ La métaphore est utilisée ici pour le principe du jeu – qui nous fait perdre l'AOC des yeux pour la faire ressurgir là où on ne l'attendait pas – et non pour son caractère notoire d'escroquerie, bien entendu.

là, par des rivalités sur les valeurs symboliques dont dépend pour beaucoup la distribution des flux de revenus aux acteurs-usagers de la ressource.

23.2.1 Féchy

La créativité institutionnelle des acteurs de Féchy se décline en deux volets. Premièrement, par une mobilisation élargie (extra-corporatiste avec les propriétaires fonciers et par alliance avec d'autres régions) et, deuxièmement, par un discours stratégique de renoncement aux assemblages (le 100%). Leur mobilisation face à la réforme est sélective: le jeu d'acteurs ainsi que les ressources d'action dont ils disposent sont concentrés sur le maintien de l'exclusivité du foncier. Ils renoncent à s'opposer au nouveau système de différenciation par le Grand cru. L'accent du travail de régulation porte sur les dispositions de réception des consommateurs, *via* un narratif sur le terroir de Féchy et le 100 %, et sur les infrastructures (périmètre foncier). L'élévation des critères d'appartenance à la ressource (DR1) par l'exclusion foncière est compensée par des règles d'exploitation et d'entretien maintenues souples, par le biais de la «vaudoiserie» du 60-40. Parallèlement, les acteurs s'appliquent à affaiblir les règles d'arbitrage (DR3) du huis clos corporatiste pour ouvrir les débats au regard du public. Le 60-40 garantit l'équilibre de la distribution des valeurs pour l'ensemble des usagers de la ressource et convient parfaitement aux acteurs locaux. Ils n'ont pas à modifier fondamentalement leurs pratiques et à assumer les conséquences «auto-exclusives» des règles d'assemblage correspondant à l'esprit des AOC. Cet argument invoqué durant la mobilisation a été décisif lors de la mise en place de l'arrangement.

Les meneurs de Féchy réussissent ainsi à court-circuiter le projet cantonal en retournant contre lui ses contradictions (vis-à-vis de l'esprit des AOC tel que le prévoit le régime fédéral). Ce jeu leur permet de sécuriser leur exclusivité foncière tout en continuant, *in fine*, à bénéficier de l'effet multiplicateur que les pratiques d'assemblages vaudoises opèrent sur la ressource.

23.2.2 Dézaley et Calamin

Le premier ARL du cas de Lavaux révèle comment la recherche de valeurs symboliques peut s'imposer face à des valeurs économiques, dans le but de garantir la pérennité de ces dernières à long terme: «*On avait la notoriété, on aurait pu surfer dessus, mais on perdait en image*», confie l'un des meneurs. Le succès de l'ARL réside dans la capacité des acteurs à surmonter les rivalités de visions plus ou moins commerciales sur ces deux appellations, incarnées par la Baronnie et l'association, pour parvenir à un seuil minimal de consensus local. En se concentrant sur des valeurs symboliques recherchées par l'ensemble des acteurs, les meneurs parviennent à dépasser les rivalités locales. C'est ce consensus qui permet dans un premier temps d'obtenir l'accord des propriétaires fonciers,

leur consentement à une baisse des volumes et des flux financiers y relatifs, et de gagner dans un second temps l'approbation de l'interprofession. La recherche de valeurs symboliques est si forte et si communément désirée qu'elle conduit à créer une nouvelle catégorie hybride et unique (individuelle et concrète) au sein de la réglementation, une «AOC-Grand cru», alors que parallèlement, les mentions Grand cru ne sont pas utilisées par les acteurs de la région, renforçant la légitimité des deux seuls «vrais» Grands crus.

L'alliance des deux associations locales apporte la créativité institutionnelle qui permet de combiner une régulation locale (qui opère en amont de la mobilisation collective) avec une tentative (réussie) de redéfinition de la réglementation cantonale et d'articuler avec succès ces deux niveaux. Les nouvelles règles d'appartenance (DR1) sont totalement exclusives et l'ARL mène à la création de deux appellations fortement différenciées, les «AOC-Grand cru». L'ARL cible les dispositions de réception (notamment *via* le travail de la Baronnie) et les articule avec un usage restrictif des infrastructures.

Le jeu d'acteurs qui mène à l'ARL s'appuie ici aussi sur une stratégie sélective: malgré le mécontentement local généralisé face à la perte de l'AOC et aux nouvelles mentions de cru, les acteurs renoncent à contester l'ensemble du dispositif Grand cru et de la pyramide de différenciation, qui bénéficient d'un soutien trop large dans la filière pour être renversés.

23.2.3 Lavaux

Bien qu'il implique des acteurs différents, ce second ARL dans la deuxième étude de cas vaudoise capitalise directement sur la dynamique fructueuse du premier. Pour faire émerger la ressource, il articule trois «pièces» institutionnelles, qui s'imbriquent et se renforcent mutuellement (Commission Avenir Lavaux, association Lavaux patrimoine mondial et enfin manifestation de promotion Lavaux passion). Pour les meneurs, le but consiste à maintenir la production de lien social à court terme afin d'assurer la différenciation de la ressource à long terme, dans la perspective de l'éventuelle introduction des AOP viticoles. La configuration d'acteurs s'ouvre aux acteurs du paysage, qui apportent une contribution décisive à la formation de l'ARL. L'enjeu consiste à surmonter les rivalités géographiques avec les producteurs des appellations périphériques (les «ailes») et assurer leur participation à l'action collective. La mobilisation de ressources humaines et en information et l'adaptation de la ressource organisation (réforme de l'association dédiée au paysage) visant à inclure formellement une pluralité d'acteurs (politique notamment) régionaux, favorise le consensus nécessaire pour développer l'ARL. Cette stratégie se prolonge dans les trois pièces de l'arrangement: dans une logique interne, l'association paysagère renforce le lien social avec les ailes et, parallèlement, la dynamique locale s'ouvre vers l'extérieur (logique externe), en incluant davantage le public et les consommateurs (manifestation de promotion).

La créativité institutionnelle des meneurs leur permet de combiner efficacement les trois pièces de l'ARL, qui renforcent mutuellement leur effet sur les acteurs régionaux, dans une stratégie sélective qui concentre leurs efforts sur la capacité de la ressource existante à produire du lien social, afin de faciliter la formation d'un consensus régional dans un deuxième temps. Ce caractère inclusif promet aux acteurs (des ailes) une distribution des valeurs de la ressource plus équilibrée que la situation antérieure (issue de la réforme de 2009). L'articulation des constituants de la ressource se fait ainsi de façon progressive et complémentaire, avec pour objectif à moyen terme la redéfinition des appellations de la région en travaillant sur leur périmètre et l'instauration du 100 %. L'ensemble de ce « petit travail » de régulation locale – essentiellement informelle –, dirigé vers la modification et l'appropriation des règles cantonales par les acteurs, révèle une créativité institutionnelle qui se construit au plus près des contraintes (rivalités géographiques et identitaires) et de la temporalité (nature et dynamique de l'ARL précédent) très locales du cas.

23.3 LE CANTON DU VALAIS

Le contexte cantonal est très différent du voisin vaudois: par l'histoire d'une diversité de cépages plus équilibrée notamment et par la présence d'une seule AOC couvrant l'ensemble du périmètre cantonal. Les pouvoirs publics (Département de l'économie) s'engagent quelques années déjà après l'introduction des AOC dans la mise en place d'une stratégie, que l'on qualifiera d'hybride, pour faire face à la globalisation du marché du vin. Cette stratégie vise à encourager la différenciation des vins du canton en couplant l'appellation Valais à certains cépages, revendiqués comme autochtones ou traditionnels, dans le but de permettre à la filière cantonale de s'approprier de façon la plus exclusive possible le pouvoir de différenciation de ces cépages, dont l'usage du nom relève du domaine public. Elle est défendue par les acteurs cantonaux, aussi bien vers le haut (c'est-à-dire en s'appuyant sur la réglementation fédérale, comme dans le cas de la petite arvine) que vers le bas, à l'attention des communes, donnant droit à des appellations plus délimitées au sein de l'AOC cantonale, afin que celles-ci puissent renforcer leur différenciation dans la même logique hybride que celle du canton. Elles ont en outre la possibilité de doter leur appellation communale d'un segment Grand cru. La stratégie portée par les pouvoirs publics se révèle particulièrement élaborée, offensive et favorable aux ententes au sein de la filière – dans l'esprit de la gestion collective d'une ressource qui est propre aux AOC. Or, alors que les conditions de collaboration au sein de la filière cantonale, mais également entre celle-ci et le service de l'agriculture, se détériorent dès le début des années 2010, les deux études de cas illustrent la pleine appropriation de la stratégie cantonale par une commune et la difficulté d'une autre à en tirer profit.

23.3.1 Fully

Fully, comme Chamoson, s'inscrit dans une temporalité plus étendue que les cas vaudois. Les arrangements étudiés dans ces deux derniers cas en Suisse comportent en effet des éléments d'organisation qui sont parfois structurants depuis les années 1980 (l'association *Viti 2000* à Chamoson par exemple).

À Fully, les acteurs se mobilisent pour encadrer la ressource afin d'y conserver un accès exclusif, ou du moins privilégié. Ils cherchent à maintenir la production de valeurs sensorielles tout en ménageant l'autonomie des producteurs locaux. C'est en mobilisant et en combinant habilement leurs ressources d'action que les meneurs de l'ARL parviennent à imbriquer efficacement ses différentes pièces. Ils mobilisent notamment avec succès leur organisation antérieure, ainsi que le consensus et la confiance entre les membres que cette organisation favorise. Ce consensus leur permet ensuite de se doter de ressources financières conséquentes et d'un soutien politique cantonal, en s'inscrivant pleinement dans la stratégie du département de l'économie. La combinaison des ressources d'action permet aux acteurs locaux de s'opposer avec succès à l'Interprofession, pourtant légitime en droit.

L'ARL de Fully exprime une stratégie que nous qualifions de « totale » dans la mesure où elle épuise tous les outils de différenciation prévus par la stratégie hybride du canton et en invente de nouveaux, pour rendre l'accès à l'usage de l'appellation coûteux pour les acteurs extérieurs à la commune. L'engrenage institutionnel de l'ARL parvient à combiner de façon particulièrement créative les éléments de régulation formels (le règlement Grand cru, la charte) et informels (l'avenant à la charte, les manifestations de promotion et la régulation des pratiques œnologiques) pour développer une régulation axée sur les valeurs sensorielles et symboliques, qui produit un effet d'exclusion marqué.

L'ARL se traduit par un durcissement des règles d'appartenance (DR1), d'entretien et d'exploitation (DR2). Le fait que la régulation des valeurs sensorielles s'opère dans un cadre informel (et non par une dégustation d'agrément formelle par exemple) permet de ménager l'autonomie des producteurs locaux dans leurs choix finaux de vinification. L'accent est mis sur la construction des dispositions de réception des consommateurs, par un travail de communication et promotion qui permet au public de faire l'expérience sensorielle et symbolique des caractéristiques de l'appellation, autant du profil organoleptique spécifique de ses vins « authentiques » (la petite arvine) que de son paysage. Cette distribution des valeurs, considérée comme équilibrée par les acteurs, favorise l'action collective.

23.3.2 Chamoson

L'arrangement de Chamoson témoigne d'une créativité destinée à imbriquer au mieux ses pièces institutionnelles entre elles. Il s'agit du caveau

communal, de l'association *Viti 2000*, de l'AVTC et de la Fondation, cette dernière occupant le rôle de centre d'impulsion. Chacune des pièces peut être comprise comme le moyen le plus efficace et le plus approprié localement pour mobiliser et surtout, créer les ressources d'action nécessaires à la mise en place et au développement de l'ARL. De fortes rivalités locales ainsi que l'indépendance revendiquée par plusieurs vigneron-encaveurs limitent l'élaboration de l'action collective. La coalition fragile, menée par un vigneron-encaveur aux multiples « casquettes » (dans la filière nationale, dans l'exécutif politique local), entraîne un déplacement du jeu d'acteurs vers les valeurs symboliques (lien social principalement) et le maintien d'une distribution large des flux de revenus, qui permet à l'ARL de se développer en surmontant les rivalités. Une mobilisation efficace des (maigres) ressources d'action disponibles (organisation principalement) est faite dans un esprit « exécutif » avec la Fondation, peu intéressée à la recherche de consensus. Un tropisme autocratique équilibré par l'AVTC qui apporte du consensus et du soutien politique.

La coalition poursuit une stratégie incrémentale liant les pièces de l'ARL, en opérant une inclusion sélective d'acteurs externes et une ouverture aux acteurs extra-sectoriels. Cette stratégie créative permet aux rouages que forment les trois pièces institutionnelles principales de s'imbriquer et d'exercer un effet régulateur favorable sur l'action collective. Les règles d'appartenance (DR1) restent relativement permissives, les règles d'entretien et d'exploitation (DR2) sont modestes, alors que l'AVTC apporte des règles d'arbitrage (DR3) plus étendues. Se tenant à la marge de l'ARL, les vigneron-encaveurs dissidents centrés sur « l'authenticité », font preuve d'une autorégulation étendue.

Le besoin d'équilibre entre le maintien de l'autonomie et l'action collective implique pour les meneurs de porter le travail de régulation de l'ARL essentiellement sur les dispositions de réception des consommateurs. Cela est obtenu en mettant l'accent sur la dimension culturelle du vin (valeurs symboliques lien social), et s'articule avec une régulation des usages des infrastructures et des savoir-faire qui reste permissive et qui contraste avec l'autorégulation des acteurs dissidents (triple 100 % notamment).

23.4 LA NOUVELLE-ZÉLANDE

La Nouvelle-Zélande, colonie britannique tardive, est essentiellement le produit d'une entreprise capitaliste libérale, un esprit dont le secteur vitivinicole du pays porte la marque. L'industrie du vin néo-zélandaise, en croissance fulgurante depuis les années 1980, mais encore inexistante dans les années 1960, s'est lancée rapidement dans une stratégie d'exportations massives. Depuis les années 2000, l'État lui a apporté des outils législatifs visant à faciliter son organisation au niveau national et à renforcer son potentiel de croissance par l'accès aux marchés étrangers. Le pays s'oppose fermement à une régulation

contraignante des appellations par des AOC. Le régime du vin néo-zélandais est très libéral et accorde une large place à l'autorégulation de la filière et au rôle du marché. Le moteur de la croissance est un vin de masse, au profil sensoriel très distinctif (acidité, fruité, fraîcheur), qui assure sa différenciation par la combinaison d'un cépage international avec ce qui est devenu la principale région viticole du pays : le sauvignon blanc du Marlborough (MSB). L'analyse de l'arrangement à l'échelle nationale fait apparaître que l'enjeu pour la ressource au niveau national est moins l'exclusion que l'inclusion, dans le but de garantir la croissance de la filière. Les rivalités entre la recherche de vin de qualité et celle d'une croissance fondée sur le volume ont été stabilisées par l'institutionnalisation d'une relation de symbiose entre producteurs industriels et artisanaux.

L'arrangement national est formé d'une combinaison d'institutions (Projet Complexity, Family of XII, Pinot Workshop, etc.), qui complètent celles, formelles, prévues par le régime (NZW, certification SWNZ, etc.). Il opère par la promotion – que nous qualifions d'incantatoire – d'un intérêt commun derrière la notion « d'industrie » et un narratif puissant articulé sur la « qualité », alors que la gouvernance de la filière (interprofession nationale) est dominée par les grandes caves industrielles.

L'enjeu pour les acteurs néo-zélandais consiste à faciliter l'inclusion de nouveaux acteurs au sein de la filière, en laissant le plus ouvert possible l'usage des infrastructures et en portant l'accent du travail collectif et de la régulation sur la construction ciblée des dispositions de réception des consommateurs (internationaux). Un travail intense est mené par la filière, avec le soutien de l'État, sur le développement et la maîtrise des valeurs sensorielles du cépage phare du pays, et illustre l'effort collectif entrepris pour renforcer la différenciation des vins de Nouvelle-Zélande, et plus particulièrement celle de l'appellation Marlborough. Aucune des deux extrémités du *continuum* des entreprises qui forment la filière (grandes multinationales du vin et petits encaveurs) ne peut être lue et comprise sans l'autre. Le cas du Marlborough illustre le moteur industriel de la viticulture néo-zélandaise, dont le développement est fortement lié à celui de l'ensemble du pays (et à l'arrangement national). Central Otago, en revanche, est une région plus jeune, qui s'est construite une prestigieuse réputation internationale autour du pinot noir sur la base du travail de vignerons-encaveurs pionniers.

23.4.1 Marlborough

La ressource naît de la prise de risque consentie par Montana, la plus grande cave d'Auckland, en 1973. Ses dirigeants décident alors d'investir rapidement et massivement dans une région qui ne connaissait pas la vigne. Le développement de la viticulture dans la région est ainsi entretenu dès le début par des acteurs non-locaux. Désormais vin typique par excellence,

le style du MSB, jusqu'alors inexistant sur le marché mondial, a trouvé, initialement par « accident », des consommateurs (*via* des critiques) qui lui étaient particulièrement bien disposés. Les grandes entreprises implantées dans le Marlborough partagent surtout un intérêt commun minimal quant à la valeur symbolique de vin typique du MSB dans l'exploitation de la ressource. Son usage est quasiment dépourvu de règles collectives d'entretien, et relève actuellement davantage du pillage de la rente apportée par la réputation de l'appellation.

L'ARL, centré autour de l'association régionale, se limite à une action très modeste en faveur de l'entretien de la ressource. Il favorise la diffusion de savoir-faire (notamment dans le domaine de la lutte contre les parasites) et cible les dispositions de réception en incitant les membres à homogénéiser le *storytelling* afin que tous « racontent la même histoire » du Marlborough. Des manifestations de promotion permettent aux consommateurs de faire l'expérience *in situ* du vin de l'appellation. Au-delà de cette maigre coordination, les acteurs de l'industrie locale suivent leur propre stratégie pour exploiter au maximum la valeur symbolique de l'appellation de la région. Certains poursuivent un développement massif en termes de volume et axé sur des valeurs sensorielles de vin de masse et d'arômes typiques du MSB. D'autres développent au maximum les savoir-faire techniques pour produire des vins d'exception à côté de vins faciles à boire. Enfin, des acteurs plus marginaux apportent une contribution significative à la réputation de l'appellation dans le domaine des valeurs sensorielles plus fines (expression du terroir, vin naturel, complexité, etc.) et s'engagent de manière subtile pour faire évoluer progressivement les savoir-faire de la région vers ces valeurs.

C'est ainsi davantage au niveau national que se construit l'arrangement institutionnel qui a le plus d'impact sur la ressource. C'est à ce niveau que les principaux acteurs du Marlborough s'impliquent dans l'action collective pour développer les dispositions de réception des consommateurs à l'étranger pour les vins de Nouvelle-Zélande, dont le centre de gravité et le principal outil de différenciation restent le MSB.

23.4.2 Central Otago

L'appellation Central Otago complète la réputation des vins de Nouvelle-Zélande dans un segment de vin rouge et haut de gamme, au milieu d'un espace occupé très majoritairement par le vin de masse MSB. L'ARL se fonde sur l'esprit d'entreprise et de collaboration et la créativité de pionniers ayant introduit la viticulture dans cette région aride à l'extrémité sud du pays durant les années 1970.

L'ARL complète la régulation nationale en stabilisant la collaboration des acteurs locaux dans un contexte très concurrentiel (« coopétition »). Dans une stratégie à moyen terme pour la ressource, portée par les meneurs, la

combinaison de pièces institutionnelles formelles et informelles de l'ARL vise à rééquilibrer la production de valeurs vers des valeurs symboliques et sensorielles spécifiques, en les rapprochant de l'idéal symbolique du pinot noir dans le monde du vin, la Bourgogne. L'un des meneurs entretient des relations proches avec un prestigieux vignoble bourguignon. Le travail des meneurs vise principalement à renouveler les ressources d'action humaines pour entretenir l'action collective. Inclusif, l'arrangement cherche à intégrer de puissants acteurs externes, dont les canaux de distribution offrent des perspectives de croissance à la ressource, tout en les incitant à contribuer à l'entretien de cette dernière.

L'ARL institutionnalise (régularise) sur une base volontaire le lien entre producteurs, au-delà de la collaboration très « communautaire » des pionniers et stabilise les rivalités en ménageant la recherche d'autonomie des producteurs, dont les styles de pinot sont extrêmement variés.

Les *outputs* des structures institutionnelles sont très ciblés (association professionnelle, société dédiée à la promotion, manifestation de promotion, etc.) et sont tournés massivement vers l'entretien à la fois des dispositions de réception des consommateurs et, dans une moindre mesure, des savoir-faire (avec l'apport notable de l'expérience bourguignonne). L'ingéniosité dans la combinaison des structures institutionnelles permet d'esquiver les rivalités et de maintenir l'implication des caves de la région dans l'action collective.

Les acteurs ne souhaitent pas doter l'ARL d'outils formels de propriété intellectuelle (marque ou AOC) au-delà de ce que prévoit le régime national. En revanche, des outils ciblés, comme le modèle de verre Riedel « Central Otago Pinot Noir », à haut rendement en valeur symbolique, sont développés sans préoccupation de propriété intellectuelle. L'évolution des valeurs sensorielles vers la texture, plus proche de l'idéal de la Bourgogne que des goûts de la Californie, entretient la ressource (DR2) selon des modalités informelles. Ce travail sur les règles d'entretien et d'exploitation s'opère en parallèle avec celui visant à construire les dispositions de réception des consommateurs pour ces mêmes valeurs, notamment à l'occasion de manifestations de promotion (expériences symboliques et sensorielles conséquentes) et avec un storytelling plus « épais ». Cette combinaison permet d'orienter progressivement les valeurs sensorielles, tout en maintenant un équilibre acceptable dans la distribution des valeurs symboliques (autonomie).

23.5 DISCUSSION CROISÉE DES RÉSULTATS

La matière particulièrement dense rassemblée au fil de la recherche demande une synthèse plus complète afin de mettre en valeur les résultats en opérant une montée en généralité. À cette fin, nous proposons une lecture comparative des résultats sur la base d'un tableau récapitulatif (Tableau 16) qui se concentre sur les caractéristiques de chaque arrangement que nous

Tableau 16 Synthèse des sept arrangements de régulation localisés (ARL)

Variables	Féchy	Dézaley & Calamin	Lavaux	Fully	Chamoson	Marlborough	Central Otago
Configuration d'acteurs et valeurs recherchées	Producteurs et propriétaires fonciers. <i>Revenus fonciers et vitivinicoles</i> exclusifs, <i>réputation de l'appellation.</i>	Producteurs et propriétaires fonciers. <i>Vin d'exception, réputation de l'appellation, expression du terroir, complexité.</i>	Producteurs et acteurs du paysage. <i>Lien social, paysage identitaire, réputation de l'appellation, revenus vitivinicoles.</i>	Producteurs. <i>Réputation de l'appellation, vin typique, d'exception, vin sec, arômes spécifiques, contenant distinctif, revenus vitivinicoles</i> exclusifs.	Producteurs et acteurs économiques et culturels. <i>Réputation de l'appellation, lien social, flux de revenus en partie inclusifs.</i>	Producteurs et capital international. <i>Flux de revenus vitivinicoles, réputation de l'appellation, vin typique, arômes spécifiques.</i>	Producteurs pionniers et nouveaux arrivants (capital international parfois). <i>Réputation de l'appellation, vin d'exception, typique, expression du terroir, complexité, texture, contenant distinctif, revenus vitivinicoles.</i>
Ressources d'action	<i>Information, humaines, infrastructures, organisation.</i> Construction de <i>consensus et soutien politique.</i>	Construction de <i>consensus</i> local et <i>organisation.</i> Aboutit à <i>majorité</i> (soutien politique).	<i>Humaines, information, temps</i> (anticipation des AOP). Construction d' <i>organisation</i> et <i>consensus.</i>	<i>Organisation, consensus.</i> Construction de <i>soutien politique, argent.</i>	<i>Organisation, humaines.</i> Construction de <i>consensus, organisation, soutien politique, argent, humaine.</i>	<i>Infrastructures, organisation, soutien politique.</i> Construction d' <i>argent, consensus.</i>	<i>Humaines, consensus, temps</i> (<i>anticiper l'effet du terroir</i>). Construction d' <i>organisation, consensus, humaine, argent.</i>

Variables	Féchy	Dézaley & Calamin	Lavaux	Fully	Chamason	Marlborough	Central Otago
<p>Créativité institutionnelle</p>	<p>Mobilisation extra-corporatiste et extra-locale. Discours stratégique (esprit des AOC). Sélectivité sur maintien de l'exclusivité du foncier (pas Grand cru).</p>	<p>Combinaison (amont et aval de la mobilisation) de régulation locale avec demande d'ajout d'un hybride unique dans la réglementation cantonale. Stratégie sélective (pas de contestation 1^{er} – et Grand cru)</p>	<p>Combinaison (progressive) des pièces de l'ARL. Logique interne/externe: lien social, consensus et ouverture aux consommateurs. Stratégie inclusive (géographique) et sélective (temporalité) pour distribution équilibrée des valeurs.</p>	<p>Combinaison (imbrication) des pièces formelles et informelles de l'ARL pour l'exclusion. Stratégie hybride « totale » axée sur valeurs symboliques et sensorielles qui produisent un effet d'exclusion.</p>	<p>Combinaison (imbrication progressive) des pièces de l'ARL (ouverture extra-corporatiste) pour surmonter rivalités locales. Stratégie d'inclusion sélective avec travail centré sur valeurs symboliques (lien social) et flux de revenus non exclusifs.</p>	<p>Combinaison à l'échelon national et formel (NZW) des pièces formelles (Complexity p. ex.) et informelles (Family of XII p. ex.) de l'ARL. Narratif incantatoire (industrie et qualité). Symbiose interne, qui combine le MSB (notoriété internationale), grandes caves pour leurs débouchés, petits producteurs pionniers pour leur production de valeurs symboliques (<i>vin d'exception, vin typique</i>) et sensorielles.</p>	<p>Combinaison des pièces formelles (imbrication COWA et COPNL) et informelles de l'ARL (Celebration, verre, liens Bourgogne) pour entretien action collective, ménager l'autonomie (coopétition) et diversification des valeurs. Inclusion incitative sélective des externes. Stratégie de complément pinot haut de gamme au MSB et symbolique d'exception. Intermédiaires (courtiers) ciblés pour développement des dispositions de réception.</p>

Variables	Féchy	Dézaley & Calamin	Lavaux	Fully	Chamoson	Marlborough	Central Otago
Dimensions de régulation	DR1 renforcées. DR2 souples (le 60-40). DR3 contestées (fin du huis clos).	DR1 renforcées. DR2 renforcées. DR3 nouvelles.	DR1 ouvertes. DR2 renforcées. DR3 nouvelles.	DR1 renforcées. DR2 renforcées. DR3 informelles et souples.	DR1 ouvertes. DR2 modestes. DR3 étendues (via AVTC).	DR1 ouvertes. DR2 faibles (<i>storytelling</i> commun). DR3 faibles (<i>via</i> marché).	DR1 renforcées (inclusion incitative). DR2 renforcées (COWA et COPNL). DR3 nouvelles <i>via</i> COPNL (sélection vins et acteurs externes).
Constituants touchés	Infrastructures et dispositions de réception.	Infrastructures et dispositions de réception.	Dispositions de réception, infrastructures, et savoir-faire.	Dispositions de réception, infrastructures et savoir-faire.	Dispositions de réception.	Dispositions de réception et savoir-faire.	Dispositions de réception et savoir-faire.

considérons les plus saillantes⁴. Ces caractéristiques sont généralement déjà mentionnées dans les paragraphes qui précèdent et sont complétées par des éléments repris des tableaux récapitulatifs qui concluent chaque étude de cas. Opérer cette synthèse implique nécessairement une réduction importante de la complexité de chaque arrangement, mais elle permet d'opérer une lecture transversale des cas, comparant les modalités de chacune des variables dans leur expression empirique. En outre, cette vision synthétique facilite la mise en évidence des régularités et des différences qui apparaissent sous l'angle général des types d'arrangements observés et de leurs déterminants respectifs (variables indépendantes, rappelées dans la première colonne du tableau). Dans la mesure où toutes les études de cas attestent de la présence d'au moins un ARL, cette comparaison ne permet pas d'identifier quels sont les éventuels obstacles qui empêchent la formation d'un arrangement. En revanche, l'analyse met en évidence des ARL dont la stabilisation et le degré d'élaboration sont plus ou moins élevés. Cette variation plus fine des arrangements (traduites dans l'expression des variables dépendantes) permet ainsi de mettre en évidence le rôle qu'occupent, respectivement, les variables indépendantes.

Ce travail de montée en généralité mené sous l'angle des variables de l'analyse nous conduit à formuler des enseignements généraux tirés de cette recherche. Ceux-ci complètent et enrichissent les réponses aux hypothèses (voir chapitre 24) qui ont guidé notre travail. Ils apportent en outre de la matière à ses conclusions, nourrissent les recommandations auxquelles elle aboutit et invitent à des recherches futures.

23.5.1 Discussion transversale par variable

Configurations d'acteurs et valeurs recherchées

Une lecture transversale de la première variable fait apparaître deux groupes d'arrangements.

Le premier groupe est formé par Féchy, le Dézaley & Calamin ainsi que Fully. Ces trois cas, dont les ARL s'illustrent par leur exclusivité, se forment sur la base d'une configuration d'acteurs qui regroupe les producteurs (vignerons-encaveurs et négociants de taille modeste essentiellement) et les propriétaires fonciers (parfois eux-mêmes producteurs), ou qui s'appuie uniquement sur les producteurs. Cette relative homogénéité des types d'acteurs ainsi que la place centrale qui est accordée à l'enjeu de la propriété foncière dans les motivations des acteurs (un élément à nuancer dans le cas de Fully où il est moins structurant) apparaît comme indissociable de la recherche d'exclusivité dans l'accès aux valeurs de la ressource. Cette exclusivité passe par la maîtrise des

⁴ C'est pour cette raison que, par exemple, dans la dernière ligne du tableau, les trois composants de la ressource n'apparaissent pas tous systématiquement : seuls y figurent (dans un ordre d'importance décroissant) ceux qui font l'objet d'un travail de régulation local significatif.

infrastructures. À l'aune de cette relation, nous retirons l'enseignement général qu'un ARL qui se forme sur ce type de coalition (*i. e.* acteurs homogènes et inclusion des propriétaires fonciers) *est davantage susceptible d'aboutir à une régulation rendant plus exclusive l'accès aux valeurs produites par la ressource.*

Le second groupe de cas (Lavaux, Chamoson, Marlborough, Central Otago) est, à l'inverse caractérisé, par des coalitions d'acteurs moins homogènes. Cette hétérogénéité des types d'acteurs voit les producteurs former des configurations d'acteurs variées : avec les acteurs du paysage (Lavaux) ; avec ceux issus d'autres secteurs économiques et culturels (Chamoson principalement, mais également Central Otago, quoique dans une moindre mesure, avec les acteurs du tourisme) ; avec des acteurs parfois étrangers au monde du vin, mais apportant du capital financier et/ou une volonté d'entreprendre (Marlborough surtout, mais également Central Otago). Ce second groupe de cas se caractérise par des ARL qui s'appliquent à maintenir l'accès aux valeurs de la ressource ouvert (à la nuance près de l'inclusion incitative en Central Otago). La recherche de lien social y occupe également une place importante (à l'exception du Marlborough). Ce second groupe qui émerge d'une lecture comparative sur la première variable indépendante nous conduit à l'enseignement général selon lequel un ARL qui se forme sur une coalition d'acteurs hétérogène (extra-sectorielle à la vitiviniculture) *est davantage susceptible d'aboutir à une régulation rendant plus ouvert l'accès aux valeurs produites par la ressource.* En outre, lorsque les coalitions d'acteurs se caractérisent par une telle hétérogénéité, la recherche de valeur symbolique de *lien social* est un élément important au succès de l'action collective, en faveur de la construction et de l'exploitation de la ressource. Ce second enseignement général représente la réciproque du premier concernant l'effet d'une coalition d'acteurs homogènes, ou non, sur le caractère exclusif de la ressource.

Il est en revanche plus difficile d'identifier des groupes de cas similaires en ce qui concerne le lien entre la configuration d'acteurs et l'ensemble des valeurs recherchées dans chaque cas. Cette lecture « horizontale » (transversale aux cas sur cette variable indépendante) confirme le fait que les valeurs recherchées par les (configurations d') acteurs sont bien l'expression de besoins sociaux et d'attentes avant tout locales et territorialisées. Cela souligne une fois de plus la pertinence d'une appréhension des appellations de vin en tant que ressources territoriales.

Ressources d'action

Deux éléments communs à la totalité des cas apparaissent à la lecture comparative des ressources d'action mobilisées par les acteurs. Le premier est la présence systématique de la ressource consensus. À Fully et en Central Otago, celle-ci est déjà à disposition des acteurs. Dans les cinq autres cas, elle est construite par ces derniers durant la mise en place de l'arrangement. C'est aussi le cas en Central Otago, où l'un des enjeux auxquels font face les meneurs

consiste précisément à produire du consensus pour un cercle d'acteurs-usagers plus large que celui des pionniers de la première heure. Cette mobilisation (ou recherche) omniprésente du consensus fait clairement écho au postulat qui précède la formulation des hypothèses de cette recherche (point 3.7) : les valeurs de la ressource doivent être produites toutes les trois et dans un certain équilibre pour que la ressource continue d'exister. L'enjeu de l'équilibre des valeurs, au cœur de notre travail, est également précisé dans l'hypothèse H_{2c} et discuté plus en détail dans le chapitre 24. Dans le registre de l'action collective, la ressource consensus (aussi définie comme la confiance, voir la Figure 4) est en effet la plus proche de la notion d'équilibre, contrairement à une ressource similaire mais distincte, qui apparaît également comme décisive dans un grand nombre de cas, telle que le soutien politique (*i. e.* majorité). Alors que la majorité est l'expression d'un rapport de force – omniprésent dans la construction des arrangements, comme les études de cas en témoignent – le consensus est plus subtil. Il comporte une dimension de négociation – en l'occurrence pour faire converger les aspirations des acteurs vers un certain spectre de valeurs – et de lien entre les acteurs. Cette dimension se traduit par la confiance réciproque et la capacité à renoncer à certaines attentes (individuelles) pour sécuriser l'accès à certaines valeurs primordiales et considérées comme telles par la configuration d'acteurs engagés dans l'action collective. Cette observation permet de dégager l'enseignement général selon lequel *la ressource consensus – mobilisée ou construite en cours de route – est indispensable à la formation d'un ARL qui permette à la ressource de conserver sa capacité productive et de se développer*. L'ensemble des autres ressources d'action, si elles ne sont pas complétées par la présence de consensus, ne suffisent pas à garantir le développement de la ressource et sa capacité productive.

Le second élément qui surgit à l'issue de cette lecture horizontale du tableau porte également sur la nature des ressources d'action. En effet, parmi les ressources d'action dont les acteurs parviennent à se doter pour élaborer l'arrangement, se retrouve systématiquement l'une des trois ressources (seuls les ARL du Dézaley & Calamin et de Chamoson montrent la construction des trois en même temps) qui sont de nature éminemment « collective » : il s'agit des ressources organisation, consensus et soutien politique. De fait, contrairement à toutes les autres ressources d'action (voir la Figure 4) qui pourraient être détenues par un seul acteur (argent, droit, information, temps, infrastructure, humaines, et force), ces trois ressources correspondent obligatoirement à une entreprise collective, impliquant une pluralité d'acteurs. Cette dimension collective s'articule en outre fréquemment avec l'expression, parfois *individuelle* (*i. e.* incarnée par un seul acteur), des ressources humaines, dont la définition spontanément plurielle n'implique pourtant pas exclusivement une expression par plusieurs acteurs. En effet, le tableau de synthèse ne le fait qu'en partie apparaître, mais les détails des cas révèlent que les ressources humaines sont fréquemment importantes dans l'arrangement. Elles le sont surtout pour son impulsion, par l'investissement souvent personnel d'un meneur charismatique.

Les cas de Chamoson, Féchy et Central Otago le montrent tout particulièrement (le cas de Lavaux implique une figure centrale, mais entourée d'autres meneurs décisifs). Cette combinaison entre construction de ressources d'action collectives et présence régulière (mais non systématique) d'un meneur nous conduit à l'enseignement général suivant : *une dotation en ressources d'action de nature collective (organisation, consensus et soutien politique) est indispensable à la construction d'un ARL* ; en outre, ces ressources collectives se combinent aisément avec l'expression individuelle de ressources humaines, au travers de la figure d'un meneur charismatique, plus particulièrement au niveau de l'impulsion de l'arrangement. La mobilisation de ressources de nature uniquement individuelle ne saurait suffire à la construction d'un arrangement.

Créativité institutionnelle

La troisième variable indépendante revêt des modalités qui sont – par définition, étant donné qu'il s'agit de créativité – propres à chaque cas. Or, cette diversité s'inscrit dans un premier registre commun de combinaison de pièces institutionnelles qui concrétise l'ingénierie institutionnelle de chaque arrangement. Un second registre commun, qui caractérise la créativité institutionnelle, est celui des stratégies locales qui la soutiennent (à l'exception du cas du Marlborough, où la stratégie s'exprime essentiellement à l'échelon national par le narratif sur l'industrie et la qualité). Si ces stratégies sont également propres à chaque cas, on observe qu'elles se caractérisent dans une majorité des arrangements (Féchy, Dézaley, Lavaux, Chamoson, Central Otago) par leur caractère sélectif : l'action collective se porte uniquement sur une partie des enjeux et des contraintes auxquels la ressource fait face.

Les acteurs de Féchy combinent une alliance extra-sectorielle (producteurs et propriétaires fonciers) avec une alliance extra-locale (région du Chablais et Lavaux). Ceux du Dézaley & Calamin combinent la régulation locale avec la création d'un hybride dans la réglementation cantonale. Les deux arrangements renoncent en outre à combattre le nouveau dispositif cantonal du Grand cru. Les acteurs du Lavaux combinent de façon progressive les pièces de l'ARL, et ceux de Chamoson imbriquent également progressivement les pièces de leur arrangement, en s'appuyant, comme Féchy, sur une alliance extra-corporatiste. Lavaux et Chamoson se fondent aussi sur une stratégie sélective. Elle est sélective en temporalité pour le premier et porte sur l'inclusion des acteurs externes pour le second. Dans l'hémisphère sud, les acteurs de Central Otago combinent eux aussi les pièces formelles et informelles de l'ARL pour dépasser les rivalités locales. Ils s'appuient parallèlement sur une stratégie sélective qui aboutit à cibler les intermédiaires de la ressource.

Les combinaisons qui caractérisent la créativité des acteurs et concrétisent l'ingénierie institutionnelle de chaque arrangement se déclinent selon des modalités qui se regroupent dans deux dimensions. La première renvoie à une

certaine forme d'inscription dans le temps: elle se situe en amont (avant) et en aval (après) de la mobilisation pour l'ARL du Dézaley & Calamin; elle a un caractère progressif dans le Lavaux. La seconde renvoie à la nature des «rouages» spécifiques qui permettent d'entraîner toutes les pièces de l'ARL: imbrication à Fully, notamment entre les dispositions formelles de la Charte et celles informelles de son avenant; imbrication à Chamoson aussi, notamment entre le caractère «exécutif» de la Fondation et celui démocratique de l'AVTC; imbrication également en Central Otago, entre la COWA et sa société dédiée à la promotion COPNL.

Ainsi, ces cinq arrangements (Féchy, Dézaley, Lavaux, Chamoson et Central Otago), issus de contextes institutionnels différents (Vaud, Valais, Nouvelle-Zélande) ont en commun de faire apparaître une créativité qui allie une combinaison de pièces institutionnelles avec une stratégie sélective. En revanche, les cas de Fully et du Marlborough ne s'appuient pas sur une stratégie sélective. Ils témoignent toutefois d'une créativité institutionnelle également marquée par la combinaison des pièces de l'ARL. Le cas de Fully s'appuie au contraire sur une stratégie totale, qui épuise l'ensemble des éléments prévus par le régime cantonal (hybride origine-cépage, appellation de commune, Grand cru, etc.) et qui va même au-delà.

Cette diversité (ou les similarités éventuelles) dans les types de combinaisons ainsi que la sélectivité des stratégies ne font ainsi pas apparaître de lien avec le caractère plus ou moins exclusif des arrangements correspondants, contrairement à ce qui est observé dans la nature des configurations d'acteurs (voir *supra*). En revanche, ces diverses combinaisons, qui concrétisent la créativité institutionnelle, correspondent à l'équilibre qui est trouvé par les acteurs dans la recherche (et la production) de certaines valeurs par la ressource: l'équilibre s'exprime et se concrétise à travers une certaine combinaison institutionnelle.

Sur la base de cette comparaison, nous parvenons à l'enseignement général selon lequel une créativité institutionnelle permettant de combiner par une ingénierie institutionnelle locale l'effet des différentes pièces institutionnelles de l'ARL *et* qui se fonde parallèlement sur une stratégie sélective dans le choix des défis que la ressource doit affronter *permet de surmonter les rivalités locales, indépendamment du contexte institutionnel dans lequel elles se situent. A contrario*, ce n'est pas un contexte institutionnel ou une stratégie d'action collective spécifique qui permet de surmonter les rivalités locales.

Dimensions de régulation

La lecture transversale de la première variable dépendante fait apparaître une variété de combinaisons des modalités que revêtent les trois dimensions de régulation dans chaque arrangement. Deux cas cependant, Dézaley & Calamin et Central Otago, témoignent d'une combinaison identique, dans laquelle les règles d'appartenance (DR1) comme les règles d'exploitation et d'entretien

(DR2) sont renforcées, alors que de nouvelles règles d'arbitrage (DR3) sont mises en place. Il est intéressant de relever qu'il s'agit précisément des arrangements qui, relativement au régime national dans lequel ils s'inscrivent, apparaissent comme les plus exclusifs. Central Otago, mis en perspective avec les cas suisses, constitue toutefois une ressource dont l'accès reste particulièrement ouvert. Cette caractéristique commune – qui réunit deux cas situés aux antipodes en termes de mondes du vin – indique que *la forme des ARL qui sont adoptés pour encadrer l'usage des appellations de vin dépend davantage de la nature et de la configuration des rivalités locales que du contexte institutionnel dans lequel elles se forment*. Cet enseignement général révèle également qu'*a contrario*, ce n'est pas le contexte institutionnel qui détermine la forme que peut prendre un ARL.

La diversité des combinaisons de dimensions de régulation que révèlent les autres cas plaide en faveur du même argument: ce sont bien les rivalités locales, visibles à travers les configurations d'acteurs et les valeurs recherchées (variable indépendante 1), et les modalités de leur stabilisation, qui sont trouvées localement (variables indépendantes 2 et 3), qui expliquent la forme que revêt chaque arrangement. En effet, si les acteurs de Féchy parviennent bien à renforcer les règles d'appartenance et à contester les règles d'arbitrage, le rapport de force à l'échelle du canton leur impose cependant de conserver des règles d'exploitation et d'entretien suffisamment souples. Ce qui aboutit à la «vaudoiserie» du 60-40. De même dans le Lavaux, où les règles d'exploitation et d'entretien peuvent être renforcées, notamment grâce à l'ouverture des règles d'appartenance et à la mise en place de nouvelles règles d'arbitrage (*via* Avenir Lavaux principalement). En Valais, le cas de Fully illustre le besoin de conserver des règles d'arbitrage relativement souples comme corollaire d'un arrangement qui permet de renforcer simultanément les règles d'appartenance à la ressource et celles d'exploitation et d'entretien. À Chamoson, la construction de l'ARL et la possibilité correspondante de «relancer» la ressource sur la base de règles d'exploitation et d'entretien modeste (par la Fondation notamment) impliquent des règles d'appartenance ouvertes et appellent une extension des règles d'arbitrage (par le biais de l'AVTC essentiellement). En Marlborough enfin, le rapport de force – qui s'exerce principalement depuis et à l'échelon national – ne permet que de définir des règles d'exploitation et d'entretien faibles (par un *storytelling* commun principalement). Parallèlement, les règles d'appartenance restent ouvertes et l'arbitrage revient au marché (comme le rappelle volontiers la Commerce Commission).

Constituants touchés

La lecture transversale de la dernière variable indépendante fait clairement apparaître une distinction majeure entre les cas suisses et ceux du Nouveau Monde. Les ARL adoptés par ces derniers ne régulent pas l'usage des infrastructures, mais ciblent la régulation des dispositions de réception et des

savoir-faire. Le cas de Chamoson toutefois permet de nuancer cette dichotomie. Le tableau indique en effet que, dans ce cas, ce sont essentiellement les dispositions de réception qui sont visées par l'ARL (le tableau de synthèse ne fait apparaître que les éléments les plus saillants de chaque cas). À Féchy et dans le Dézaley, le consensus local pour obtenir une différenciation de la ressource marquée par une forte exclusivité amène les acteurs à porter l'accent sur les infrastructures et les dispositions de réception. L'arrangement du Lavaux, en revanche, qui vise à faire «renaître» la ressource, sur un périmètre géographique éventuellement redéfini, s'appuie sur une régulation des trois constituants: les savoir-faire doivent désormais davantage intégrer les enjeux paysagers. À Fully, la stratégie «totale» qui caractérise l'ARL nécessite également une régulation des savoir-faire, en plus des deux premiers composants, afin de maîtriser au mieux la production des valeurs sensorielles (vin sec, arômes spécifiques) qui sont au centre des préoccupations des acteurs. À Chamoson, à l'inverse, le fait que les dispositions de réception soient le principal composant ciblé traduit le besoin de ménager au mieux les rivalités locales. Cela pour favoriser le développement d'une ressource elle aussi dans une dynamique de renaissance, là où une régulation plus prononcée de l'usage des infrastructures et des savoir-faire suscite encore trop d'oppositions. Il en est de même en Marlborough et en Central Otago. Dans ces deux cas toutefois, la régulation de l'usage des savoir-faire (plus prononcée en Central Otago, par le travail intensif de la COWA et par les échanges avec la Bourgogne notamment) permet de favoriser la production de valeurs sensorielles décisives (arômes spécifiques du MSB; texture, complexité et expression du terroir en Central Otago).

Cette dernière étape de la lecture transversale du tableau de synthèse fait apparaître un enseignement général qui conforte et complète celui concluant la comparaison des modalités prises par les dimensions de régulations des arrangements: *la forme des ARL qui sont adoptés pour encadrer l'usage des appellations de vin – en l'occurrence le fait de cibler davantage l'un ou l'autre constituant de la ressource – dépend de la nature et de la configuration des rivalités locales*. En outre, cet enseignement général peut être précisé comme suit: *lorsque les rivalités internes sont particulièrement fortes (Chamoson) ou que les alliances sont fragiles (Marlborough, Central Otago), alors les acteurs mettent l'accent sur la régulation des dispositions de réception et renoncent à réguler l'usage des infrastructures*. En d'autres termes, des rivalités fortes empêchent de parvenir à une régulation locale satisfaisante de l'usage des infrastructures.

Ces derniers enseignements généraux, formulés à l'issue de l'analyse comparée, renforcent l'intuition poursuivie par cette recherche (et traduite dans le raisonnement causal développé jusqu'ici): la forme des arrangements qui encadrent la mise en valeur et l'usage des appellations de vin correspond à l'expression de la créativité institutionnelle, des ressources d'action dont disposent les acteurs, de leurs configurations et des valeurs qu'ils cherchent à obtenir de la ressource.

23.5.2 Similitudes et différences

Afin de poursuivre le travail de montée en généralité rendu possible par la comparaison systématique des cas et avant de le poursuivre en répondant aux hypothèses qui ont guidé cette recherche (voir chapitre 2), il est utile de porter un regard plus global sur le tableau de synthèse. Cela conduit à identifier des éléments permettant de mettre en évidence certaines similitudes ou différences entre les cas. Cette lecture du tableau, avec davantage de recul, amène à souligner certains points abordés dans la comparaison croisée des résultats.

L'un des principaux éléments généraux qui apparaît immédiatement à la lecture du tableau de synthèse est à la fois la mise en évidence de nouvelles dimensions dans le cadre de la créativité institutionnelle et l'absence des aspects de contournement, de détournement, d'innovation, etc. (Schweizer, 2015), explicités lors de l'élaboration du cadre conceptuel. Cela montre, à l'heure de conclure ce travail, que c'est bien la notion même de créativité institutionnelle qui est centrale et qu'elle peut se révéler par de nouvelles dimensions, plus saillantes, n'apparaissant qu'au terme de la présente analyse.

Sur le plan des similitudes, c'est en premier lieu la notion de combinaison des multiples pièces institutionnelles des ARL qui émerge comme étant largement décisive et qui souligne l'importance majeure de la créativité institutionnelle comme variable explicative des ARL. Le tableau est déjà à ce titre révélateur, dans la mesure où l'entrée dédiée à la créativité institutionnelle s'avère la moins aisée à réduire à une expression minimale. Ces combinaisons se déclinent dans deux dimensions: en temporalité et selon les modalités d'imbrication des différents «rouages» des arrangements.

Ensuite, il apparaît que tous les ARL reposent sur la capacité des acteurs locaux (des meneurs, ou des coalitions déjà opérantes) de se doter en ressources d'actions supplémentaires et de les articuler avec les ressources dont ils disposent déjà. Celles-ci peuvent être nouvelles, renforcées ou dont la modalité est modifiée, comme lorsque la ressource consensus est élargie à de nouveaux acteurs n'appartenant pas au cercle initial des pionniers en Central Otago. Cette construction de ressources d'action additionnelles s'avère décisive à la mise en place de chaque arrangement et à leur stabilisation. Ce point illustre le lien central qui relie la variable des ressources d'action avec la créativité institutionnelle que déploient les acteurs.

Enfin – et c'est peut-être le point le plus évident au terme de l'analyse, mais qui n'en constitue pas moins une des principales démonstrations de cet ouvrage – le couplage d'une logique de différenciation fondée sur l'appellation à une autre logique fondée sur les cépages se retrouve aussi bien en Suisse que dans le Nouveau Monde. Les deux cas valaisans et les deux cas kiwis le montrent.

Le premier élément qui contraste les arrangements se situe dans le caractère plus ou moins exclusif ou inclusif de l'accès à la ressource (visible essentiellement dans les DR1 et DR2). En observant les cas faisant preuve d'exclusion (Féchy,

Dézaley & Calamin, Fully), on constate que les ARL concernés compensent cette exclusivité par certaines modalités de souplesse, qui se traduisent dans une autre dimension de régulation. Ainsi à Fully, ce sont les règles d'arbitrage (DR3) qui restent souples (envers les producteurs locaux!). À Féchy, c'est le 60-40 (DR2) qui compense le maintien de l'exclusivité foncière. L'ARL du Dézaley & Calamin ne suit pas cette logique « d'équilibrage ». Cela tient, d'une part, à l'origine déjà exclusive de ces deux appellations (avant la réforme de 2009) et d'autre part, au fait que l'argument permettant d'introduire cette catégorie hybride unique de l'AOC-Grand cru – qui plus est individuelle et concrète – dans la réglementation, repose en entier sur son caractère totalement exclusif.

En termes de lien entre l'ARL et le contexte réglementaire (*i. e.* les régimes cantonaux respectifs ou le régime national en Nouvelle-Zélande), on peut relever que le caractère plus ou moins exclusif ou inclusif de l'accès à la ressource, comme résultat du jeu des acteurs, ne découle pas d'un contexte de rupture dans le régime cantonal ou fédéral (la réforme vaudoise de 2009 par exemple), susceptible de rebattre les cartes et de réactiver des rivalités stabilisées jusqu'alors. Comme le révèle le cas de Fully, la volonté de rendre la ressource plus exclusive peut s'inscrire dans un contexte de stabilité relative du régime (cantonal en l'occurrence). Il en est de même en Central Otago, où le renforcement des règles d'appartenance (DR1) et d'exploitation et entretien (DR2) – qui va dans le sens d'une exclusivité bien que la ressource reste largement ouverte par rapport aux cas suisses – n'a pas de lien avec le régime national (ni avec la mise en œuvre de la *regulation* sur les IG vitivinicoles). Il correspond cependant à l'évolution des caractéristiques locales (nouveaux arrivants notamment). En revanche, on observe dans les deux ARL analysés dans le Lavaux que les acteurs anticipent une réforme (fédérale) à venir (les éventuelles AOP) en s'inscrivant tardivement dans le sillage d'un changement du régime cantonal, changement initié en 2008 par une restriction fédérale des droits de coupage. Il n'y a donc pas de lien univoque entre la dynamique du régime (stable ou en réforme) et le caractère exclusif ou inclusif dont les acteurs locaux cherchent à doter la ressource qu'ils exploitent.

En outre, il ressort clairement de cette synthèse que les deux ressources d'appellation de vin qui se construisent, en Suisse, sur la logique d'un accès (relativement) inclusif sont celles qui se trouvent dans une phase de renaissance. En effet, les appellations de Chamoson et de Lavaux sont les seules à s'appuyer sur une créativité institutionnelle qui suit une stratégie résolument inclusive. Ce sont également celles où les acteurs portent en priorité le travail de régulation sur le développement des dispositions de réception, alors que ce constituant fait l'objet de moins d'attention dans les cas où les acteurs suivent une stratégie visant à rendre la ressource plus exclusive (à l'exception du cas de Fully).

Les deux cas néo-zélandais, tous deux inscrits dans une logique de croissance, confirment ce point. En effet, ces deux ressources restent fondamentalement

inclusives en termes de règles d'appartenance (DR1), bien que Central Otago renforce ces dernières dans le sens d'une exclusivité (relative!). Le cas de Central Otago se distingue en outre par des règles d'exploitation et d'entretien renforcées (DR2), qui découlent de la volonté des acteurs de diversifier (et en partie réorienter) la production de valeurs symboliques et sensorielles. À ce titre, il partage une similitude frappante avec le cas de Fully, où les règles d'entretien et d'exploitation sont également renforcées et là encore, en portant plus particulièrement sur la production de valeurs symboliques et sensorielles. La correspondance entre ces deux cas se traduit également par la variété de valeurs que les acteurs impliqués dans ces deux arrangements poursuivent et vers la production desquelles la ressource est orientée. Cette variété de valeurs est particulièrement large lorsqu'elle est mise en perspective avec les autres cas. Or, cette large palette de valeurs recherchées se traduit, le tableau l'indique, par un besoin de renforcer les règles d'entretien de la ressource (DR2). Ce point met en évidence un lien fort entre les valeurs que les acteurs attendent de la ressource et la nature des règles de l'arrangement. En l'occurrence, dans les cas où c'est une large variété de valeurs qui est attendue, il s'avère nécessaire de renforcer les règles d'exploitation et d'entretien avant tout (DR2), alors que la question de l'appartenance à la ressource (DR1) peut en revanche être régulée selon des modalités qui ne doivent pas forcément être exclusives.

On observe, enfin, que les ressources en croissance (en Nouvelle-Zélande) comme celles en renaissance (Lavaux et Chamason) se caractérisent par un accent porté avant tout sur les dispositions de réception. Il apparaît ici encore que c'est bien la configuration des acteurs et les valeurs qu'ils poursuivent (et, partant, l'ampleur et la nature des rivalités locales) qui explique que l'attention se porte sur les dispositions de réception des consommateurs, ce qui permet plus aisément de ménager l'autonomie des acteurs locaux devant être inclus dans l'action collective pour construire l'arrangement.

Il convient désormais de soumettre les enseignements de cette synthèse à la lumière des hypothèses de recherche qui ont structuré l'ensemble de l'analyse, ce que propose le chapitre 24. Nous avons fait le choix ici de développer de manière plus approfondie cette synthèse des similitudes et des différences qui émergent des études de cas dans le cadre de la discussion des hypothèses. En effet, nous considérons que les enseignements de chaque étude de cas, mais également ceux qui se dégagent à l'issue d'une lecture transversale (discussion croisée), acquièrent davantage de force dans l'optique d'une montée en généralité, dans le cadre d'une discussion menée dans le prolongement des hypothèses de recherche. Cette démarche a l'avantage d'inscrire de façon plus explicite les apports de cette discussion de synthèse dans les apports de la littérature mobilisée ici, littérature dont les enseignements sont traduits directement dans les hypothèses qui ont guidé ce travail (chapitres 2 et 3).

CHAPITRE 24

RÉPONSE AUX HYPOTHÈSES

Considérons maintenant les réponses que l'analyse des cas permet d'apporter aux hypothèses formulées dans la première partie de cet ouvrage. Ces réponses permettent de revenir sur les cas de façon transversale et d'ouvrir la discussion sur certains aspects conceptuels, contribuant ainsi à la montée en généralité de notre propos.

24.1 HYPOTHÈSE H₁

Les acteurs locaux ont réagi et pris part à la libéralisation et à la globalisation du marché du vin en s'organisant au niveau local, par le biais de régulations formelles et informelles dans le cadre d'un arrangement (ARL), afin de sécuriser l'accès aux valeurs symboliques, sensorielles et économiques qu'ils retirent d'une appellation de vin.

Cette hypothèse, qui apporte une réponse à l'objectif empirique de la thèse en confrontant le modèle conceptuel proposé à la réalité du terrain, est confirmée. Le chapitre 23 le montre en reprenant l'ensemble des résultats de façon synthétique : la grille de lecture proposée est épuisée par la matière empirique. Il apparaît dans toutes les études de cas que c'est bien la question de l'accès à certaines valeurs symboliques, sensorielles et économiques, et plus exactement à une certaine combinaison de ces valeurs, qui fait l'objet de la mise en place d'une régulation de nature autant formelle qu'informelle au niveau local. La réponse à cette hypothèse crée un pont entre les positions défendues par Barham (2002, 2003, 2011), Bowen (2010, 2011) et Bowen & De Master (2011), qui associent la thèse d'*embeddedness* de Polanyi aux labels d'origine, et celle, antagoniste, de Guthman (2007) : ce travail révèle la pluralité des valeurs qu'il est possible de retirer des productions agricoles territorialisées, et les modalités institutionnelles qui permettent aux valeurs symboliques et sensorielles de cohabiter avec la production de valeurs économiques.

Le fait d'avoir eu recours à des études de cas en profondeur offre la possibilité – en plus de soumettre cette hypothèse à l'épreuve du terrain – d'en détailler certains points et de préciser sa portée. De fait, l'effet (ou la construction, selon qu'il s'agit d'acteurs qui y prennent part activement plutôt qu'ils n'y réagissent) de la globalisation du marché du vin s'exerce sur des contextes locaux dont les configurations d'acteurs, les valeurs attendues par ceux-ci et, par conséquent, les rivalités locales diffèrent largement. Les rivalités qui opposent les producteurs de Chamoson (les vigneron-encaveurs comme les négociants), par leurs dimensions politique et historique, contrastent avec le consensus relativement large qui règne à Fully, où les acteurs locaux sont en rivalité avec des concurrents extérieurs, notamment sur des aspects sensoriels. Les rivalités entre les propriétaires de Féchy et le négoce renvoient essentiellement à l'opposition entre valeur foncière et un accès plus ouvert à la réputation de l'appellation, alors que dans le Lavaux ce sont les rivalités géographiques héritées des appellations régionales qu'il convient de stabiliser. Dans le Marlborough – et plus largement en Nouvelle-Zélande, étant donné la faible implication des acteurs majeurs au niveau local – c'est un narratif commun sur l'industrie et la qualité qui encadre des rivalités liées à un usage trop massif de la réputation du MSB. En Central Otago, c'est la production de valeurs sensorielles et symboliques qu'il convient de stabiliser, en les orientant vers la texture et le prestige bourguignon.

À ce titre, la question de la nature de la régulation adoptée, formelle ou informelle, est particulièrement importante. Il ressort de l'analyse que la répartition entre les dispositions formelles et informelles qui composent chaque arrangement de régulation, s'efforce de correspondre au plus près aux contraintes sociales et politiques du terrain local, qui se traduisent en rivalités. Bien que très élaborée et institutionnalisée depuis de nombreuses années, la régulation des pratiques œnologiques à Fully reste informelle et ménage l'autonomie des producteurs tout en assurant la production de valeurs sensorielles spécifiques. En Central Otago, les échanges informels qui ont lieu durant la Pinot Noir Celebration, les discussions sur une hypothétique AOC ou encore le favoritisme dans l'achat du raisin se combinent avec les éléments de régulation formalisés par l'association locale et sa société de promotion. Dans le canton de Vaud, l'entretien du lien social favorisé par l'association dédiée au paysage de Lavaux, ou le travail sur la presse réalisé par les producteurs de Féchy pour ouvrir la redéfinition des zones AOC à la vue des consommateurs, sont autant d'éléments de régulation informelle qui s'ajoutent aux pièces formalisées des arrangements respectifs.

Les résultats montrent également que les valeurs que les acteurs-usagers de la ressource cherchent à sécuriser peuvent être de plus ou moins grande ampleur selon l'état de développement de la ressource. Selon les dynamiques locales, il peut s'agir de valeurs « *a minima* », c'est-à-dire lorsque l'enjeu porte avant tout sur la construction de la ressource, comme c'est le cas dans le Lavaux

ou à Chamoson, ou dans le cas de sa redéfinition subite, comme à Féchy. Au contraire, lorsque la différenciation de la ressource est déjà bien profilée et que l'enjeu pour les acteurs locaux consiste à faire croître cette dernière, on observe qu'une combinaison de valeurs plus large peut être recherchée, comme le révèlent les cas de Central Otago et de Fully.

24.2 HYPOTHÈSE H_{2A}

Les acteurs définissent de façon créative les règles de l'arrangement régulateur en complétant, contournant ou ignorant les règles en vigueur (notamment les politiques publiques), afin d'orienter le profil de différenciation de la ressource vers des valeurs qui leur sont favorables.

Cette hypothèse est également validée. Chaque cas atteste la créativité des acteurs, qui élaborent une ingénierie institutionnelle adaptée aux contraintes et aux rivalités locales et qui permet surtout d'articuler ces caractéristiques endogènes au régime et au contexte réglementaire. Ce faisant, trois enseignements principaux découlent de la réponse à cette hypothèse et permettent de compléter la compréhension des dynamiques de mise en œuvre du régime que le concept d'ARL éclaire. Il s'agit d'abord de la temporalité, puis des combinaisons d'institutions dont les acteurs parviennent à doter les ARL et, enfin, de la dimension stratégique de cette créativité institutionnelle.

Le complément, le contournement, ou la passivité des acteurs vis-à-vis des règles de niveau supérieur ne s'observent pas uniquement durant des périodes de changement (les cas vaudois), mais également durant des périodes plus longues, pendant lesquelles les règles de niveau supérieur restent relativement stables (Valais et Nouvelle-Zélande).

Cette invariance en termes de temporalité (c'est-à-dire l'absence de lien déterminé entre la mise en œuvre du régime et une dynamique de changement ou, au contraire, un contexte stable du régime) constitue un enseignement qui découle de l'analyse transversale des sept arrangements (six études de cas, mais deux ARL dans le Lavaux). La temporalité propre aux configurations locales joue un rôle déterminant dans l'émergence des ressources territoriales et dans la formation de leur arrangement de régulation. C'est bien cette temporalité – À quel niveau de maturation le consensus local se trouve-t-il? Les rivalités politiques et les désaccords de longue date sont-ils suffisamment émoussés pour être surmontés? Les thématiques qui suscitent des antagonismes majeurs, comme la question des AOC dans le Nouveau Monde, peuvent-elles être évacuées de l'agenda?, etc. – plus que celle venue d'en haut (réforme du régime national ou cantonal) qui donne le rythme de la construction et de la définition des conditions d'entretien et d'usage des ressources. Dans un contexte de changement réglementaire majeur, les cas vaudois sont particulièrement révélateurs à ce propos: si les acteurs de Féchy parviennent à réagir immédiatement, ceux du Lavaux (du Dézaley et du Calamin tout particulièrement) ont besoin de

quelques millésimes pour surmonter leurs rivalités locales et pour s'organiser afin de compléter les règles cantonales par une création hybride unique (l'AOC-Grand cru) qui définit de façon particulièrement robuste la différenciation de leur ressource et garantit la production des valeurs qu'ils recherchent.

Enfin, les enseignements sur la créativité institutionnelle indiquent que celle-ci se traduit moins dans le fait de formuler ici une régulation locale qui contourne, ou là une autre qui ignore les dispositions du régime – et encore moins dans un ARL dont l'unique attribut serait de contourner, de compléter ou d'ignorer le régime – que dans les *combinaisons* que les acteurs locaux parviennent à réaliser avec les différentes pièces de l'arrangement. Ce dernier exerce son effet régulateur – plus important que la somme de l'effet des parties qui le composent – sur le comportement des acteurs précisément à travers ces combinaisons. Dans le prolongement de la réponse à l'hypothèse H₁ qui souligne l'importance du choix quant à la forme que revêtent les multiples pièces institutionnelles de l'ARL (formelles ou informelles), il apparaît que s'applique une logique d'agencement institutionnel comparable (exprimée en des termes relativement fonctionnalistes): une partie de l'ARL peut viser à contourner une disposition du régime alors qu'une autre complète celui-ci. Les acteurs de Féchy comme ceux du Dézaley contournent par leurs alliances respectives les règles de représentation corporatiste et complètent les règles cantonales (dans leur argumentation) avec le 100 % (en se contentant de l'invoquer dans un cas et en le réalisant dans l'autre). À Fully, le FGC complète les règles cantonales avec le 100 % et la création du groupement, tout en contournant l'obligation d'utiliser une bouteille Grand cru cantonale. En Nouvelle-Zélande, on observe diverses pièces qui complètent un régime très faiblement prescriptif, autant dans les arrangements locaux qu'au niveau national, et qui se concentrent chacune sur un constituant de la ressource (ainsi en Central Otago, la Celebration cible les dispositions de réception, et l'association professionnelle COWA les savoir-faire). Cela souligne une fois encore l'importance de la combinaison institutionnelle adoptée.

Ces combinaisons s'expriment également dans le « ciblage » que des pièces de l'ARL opèrent sur les constituants de la ressource: la créativité des acteurs a ainsi un effet direct sur la mise en interaction et sur l'articulation des constituants de la ressource. À titre d'exemple, en Central Otago, l'association professionnelle COWA est dirigée essentiellement sur les savoir-faire (et dans une moindre mesure par rapport à la période de « jeunesse » de la ressource, sur l'usage des infrastructures) et ce travail est articulé avec celui de la société de promotion qui lui appartient (COPNL) et qui se dédie exclusivement à l'entretien des dispositions de réception par des activités très ciblées. En revanche, l'usage des infrastructures, que les acteurs souhaitent laisser relativement inclusives, est régulé de manière informelle (incitation à investir par exemple). En Suisse, dans le Lavaux, l'association du patrimoine cible les savoir-faire et (dans une moindre mesure) l'usage des infrastructures, la commission Avenir Lavaux travaille sur

l'usage des infrastructures et la manifestation Lavaux Passion concentre son action sur les dispositions de réception des consommateurs. En Valais, l'ARL de Fully s'appuie également sur une telle combinaison : la charte, son avenant et le règlement Grand cru encadrent l'usage des infrastructures ; les dégustations au sein du FGC alimentent les savoir-faire ; les manifestations de promotion, enfin, façonnent les dispositions de réception des consommateurs aux petites arvines « authentiques ».

Cet enseignement relatif à l'importance des combinaisons que forment les éléments de régulation des ARL analysés nous conduit à un dernier point mis en évidence par la réponse à cette hypothèse – peu développé lors de l'élaboration conceptuelle de cette recherche – à savoir la dimension stratégique de la créativité institutionnelle. Sans pour autant réifier cette stratégie, il apparaît que les meneurs de l'action collective sont systématiquement porteurs d'un projet spécifique concernant la ressource et qu'ils ont toujours une conception bien précise de la direction à suivre et des chemins devant être privilégiés par l'action collective. Or, il semble, au terme des études de cas, que la dimension stratégique peut être caractérisée par deux formes de sélectivité. Une sélectivité qui porte sur les problèmes auxquels la ressource fait face et une autre qui porte sur les acteurs usagers de celle-ci. Ces deux formes peuvent se recouper lorsque, précisément, ce sont certains usagers de la ressource (notamment externes à son périmètre géographique, comme dans le cas de Fully) qui constituent la source du problème. La notion de sélectivité fait très clairement écho au caractère forcément discriminant de l'ARL, tel qu'il est mis en évidence par Schweizer (2015).

Cette dimension de stratégie sélective sur les problèmes apparaît très clairement dans les deux cas vaudois, qui renoncent à contester la logique du sommet de la « pyramide de différenciation » (Grands crus et premiers crus). À Fully, l'ARL se construit en exerçant une sélectivité exclusive à l'égard de certains acteurs externes. À Chamoson, on observe en revanche une inclusion sélective de certains acteurs externes, et la stratégie est également sélective dans le choix des valeurs (en l'occurrence symboliques) susceptibles de dépasser les rivalités locales. La stratégie des acteurs de Nouvelle-Zélande est au contraire caractérisée par son caractère inclusif. Le cas de Central Otago y est cependant plus nuancé, là où les meneurs s'engagent pour l'inclusion sous conditions de certains acteurs externes (100 % de raisin de Central Otago et incitation à investir dans les infrastructures locales).

24.3 HYPOTHÈSE H_{2B}

Les valeurs sensorielles et symboliques sont particulièrement structurantes pour l'implication des acteurs dans l'ARL.

Cette hypothèse est également corroborée par l'analyse. D'apparence banale, la confirmation de l'hypothèse H_{2b} constitue un enseignement important de

l'apport conceptuel de ce travail. Le modèle conceptuel accorde une large place à la question de la diversité des valeurs tirées d'une ressource territoriale. Ce faisant, il met en question la primauté de la poursuite des valeurs économiques – si ce n'est leur caractère d'unique déterminant – comme carburant de l'action collective. La diversité des formes prises par les valeurs, telle qu'elle est détaillée dans le premier chapitre de cet ouvrage, apparaît nettement sur le terrain et montre leur importance comme motif de l'investissement des acteurs dans les structures collectives qui maintiennent la ressource dans un état productif, au-delà de la recherche de profit.

Il convient toutefois de préciser que les valeurs sensorielles et symboliques ne revêtent pas la même importance dans tous les cas, ce qui appelle à nuancer la réponse à cette hypothèse. Le profil de goût de la petite arvine de Fully (vin sec, arômes typiques liés au cépage et à la finale salée) est un motif décisif dans la construction du dispositif d'exclusion. Le profil sensoriel du MSB en Nouvelle-Zélande, dont l'analyse et le calibrage sont poussés jusqu'à des recettes permettant de créer des échantillons d'étalonnage à l'intention des *winemakers*, est l'outil central de la différenciation de l'appellation Marlborough. Le travail sur la texture, à l'opposé des « bombes de fruits » puissantes des premiers millésimes, est décisif en Central Otago pour rapprocher l'appellation des valeurs symboliques de la Bourgogne (vin d'exception). À Chamoson, à Féchy, et dans le Lavaux, en revanche, ce sont surtout les valeurs symboliques qui stimulent la participation des acteurs ou au contraire leur désintérêt (voire leur hostilité) à l'action collective entreprise.

Enfin, on peut souligner que l'exemple du domaine de Beudon, dissident de l'ARL de Fully, est révélateur à la fois de l'incompatibilité (voire de la polarité) entre les valeurs symboliques du vin naturel et celles d'un ARL centré sur la réputation de l'appellation et d'autres valeurs sensorielles, et de la façon dont cet antagonisme des valeurs sensorielles et symboliques peut totalement inhiber la participation à l'action collective. En l'occurrence, les acteurs de ce domaine biodynamique n'ont aucun intérêt à la ressource telle qu'elle est conçue par les acteurs impliqués dans l'arrangement. Leur investissement va dans d'autres structures collectives, actives dans la promotion (internationale) de la ressource produisant exclusivement des vins naturels, qui, contrairement aux appellations de type AOC, n'a pas d'ancrage territorial spécifique mais est liée aux producteurs qui partagent la poursuite de cette valeur, n'importe où en Europe ou ailleurs. Mais c'est une autre histoire, qui peut être racontée ailleurs (voir Laesslé, 2014).

Cette question de l'intérêt à s'investir, deux termes qui semblent, de prime abord et paradoxalement, relever essentiellement d'une conception économique, nous amène ici encore à souligner la dimension bourdieusienne du modèle conceptuel proposé (ou, à tout le moins, le fait que l'auteur de cet ouvrage aspire à doter cette dernière d'une telle dimension). Un modèle qui, en accordant toute leur place aux enjeux sensoriels et symboliques, s'efforce de

prendre au sérieux «l'appris par corps» dans le domaine du vin. Un aspect que l'on retrouve bien dans les valeurs sensorielles et symboliques décrites dans le présent ouvrage et qui souligne l'importance de l'habitus des acteurs, ainsi que les motifs de leur investissement dans la dynamique collective des appellations. Un investissement sous de nombreux aspects comparable à celui des agents au sein d'un champ donné: «[...] *L'investissement est l'effet historique de l'accord entre deux réalisations du social: dans les choses, par l'institution, et dans les corps, par l'incorporation*» (Bourdieu, 1980b, p. 35).

Or, et c'est ce que donne à voir l'analyse proposée dans cette recherche, ce sont bien ces deux «réalisations du social», portées, d'une part, par les diverses pièces institutionnelles des ARL (les institutions) et, d'autre part, par les valeurs recherchées par les acteurs (les corps), qui s'engagent dans l'exploitation – et éventuellement dans la construction – d'une ressource.

24.4 HYPOTHÈSE H_{2c}

Si l'ARL assure une répartition des valeurs tirées de l'appellation de vin (goût, aspects symboliques, profits) qui est considérée comme équilibrée par les acteurs-usagers, alors il permet de surmonter les rivalités locales, ce qui renforce l'implication des acteurs dans la construction et l'entretien de la ressource.

Cette hypothèse est, elle aussi, validée. L'enjeu de l'équilibre dans la formation et la distribution des valeurs apparaît déterminant dans chaque cas, à l'exception possible du Marlborough, où l'ARL est si faible – au profit d'une «colonisation» des organes nationaux de régulation de la filière – que la question de l'équilibre en est secondaire.

Tous les ARL observés, naissants ou au contraire déjà bien stabilisés, doivent rechercher un équilibre garantissant la participation à l'action collective et/ou à son développement. L'équilibre à Féchy est trouvé entre la préservation de la rente foncière et un minimum de valeurs symboliques, alors que les valeurs sensorielles restent peu définies (autant vin de soif qu'expression du terroir, que les acteurs peuvent privilégier à leur convenance), ce qui est commun aux deux cas vaudois. Dans le Dézaley et Calamin, la perte des flux de revenus (volume produit et chiffre d'affaires) de l'AOC-Grand cru est compensée par le maintien des valeurs symboliques et acceptée pour cette raison. Dans le Lavaux, s'il est encore trop tôt pour apprécier l'aboutissement d'un ARL encore naissant, l'accent sur les valeurs symboliques produites dans la perspective d'une différenciation plus marquée, à moyen terme, ne compromet pas les flux de revenus des acteurs impliqués et, surtout, y semble favorable dans la perspective des AOP à venir, ce qui favorise leur implication progressive. À Fully, c'est également l'équilibre trouvé entre les valeurs sensorielles attendues de la petite arvine, les valeurs symboliques du Grand cru, de la charte et de l'avenant, qui, en ménageant l'autonomie des acteurs, assure leur implication. Le cas de Chamason

illustre un équilibre trouvé entre les différentes formes de valeurs symboliques (réputation de l'appellation, lien social et autonomie principalement) qui permet de surmonter (en partie, car les dissidences persistent) les rivalités locales pour relancer l'action collective. Enfin, la relation de symbiose autour du narratif sur la qualité et la construction d'une représentation de l'industrie nationale comme un corps uni caractérise l'équilibre néo-zélandais. Cet équilibre s'appuie sur des logiques inclusives propres à chacun des deux cas. Elles correspondent à un équilibre entre la recherche de valeurs économiques, centrale dans tous les projets industriels et surtout agricoles du pays, et la volonté de maintenir (ou de développer) des valeurs sensorielles spécifiques, associées à une symbolique de vin typique pour le MSB ou, au contraire, tournées vers des vins d'exception pour les pinots de Central Otago.

Il apparaît dès lors que la diversité des attentes en termes de valeurs est très largement dépendante du contexte local de formation de la ressource. Or, cette dépendance au contexte local – plus précisément aux rivalités de valeurs portées par les acteurs-usagers – peut justement être atténuée, selon la capacité plus ou moins forte des institutions de l'ARL de trouver un équilibre des valeurs produites par la ressource qui soit acceptable pour les acteurs.

La réponse à cette hypothèse complète ainsi l'explication apportée par l'hypothèse précédente: ce ne sont pas uniquement les valeurs (sensorielles et symboliques, selon H2a, ainsi que la recherche de profit) qui déterminent l'investissement et l'implication des acteurs dans l'ARL et en faveur de la ressource, mais ce sont également les qualités du dispositif institutionnel mis en place. Cet enseignement important «boucle la boucle» du raisonnement néo-institutionnel développé dans la première partie de cet ouvrage. Il souligne l'interdépendance ainsi que les «allers et retours» d'influence qui caractérisent la relation entre acteurs et institutions, dans un contexte local spécifique. De fait, les éléments de réponse à cette hypothèse permettent de relier les spécificités propres aux acteurs (leur habitus, en termes bourdieusiens; leur monde de référence, dans la logique de l'économie des grandeurs; les valeurs qu'ils recherchent, dans les termes de la présente recherche) aux institutions dont ils se dotent et dans lesquelles ils sont prêts à s'investir pour façonner une ressource qu'ils exploitent en commun.

24.5 HYPOTHÈSE H_{3A}

Les modalités des ARL s'inscrivent dans un *continuum* d'action collective locale – usage combiné de marques privées, d'indications géographiques, de mentions de cépage – et non dans un antagonisme marqué.

Cette hypothèse aussi est validée. Alors que sa proposition visait initialement (et sa formulation le laisse entendre implicitement) à exploiter la portée internationale de la matière empirique de cette recherche, il apparaît finalement que ce *continuum* ne débute pas aux frontières de la Suisse ou du

modèle européen des AOC plus largement, mais qu'il s'observe déjà entre les cas suisses et même au sein de chacun des deux contextes cantonaux. Ce premier constat renforce, à nos yeux, la pertinence de cette hypothèse et tient en échec l'argumentaire tant entendu dans les caves du pays et fréquemment retrouvé dans la littérature (ainsi dans le *Bacchus*; Couderc *et al.*, 2007), quant à l'antagonisme qui opposerait le monde européen des AOC aux marques privées et aux mentions de cépage du Nouveau Monde. En revanche, et l'hypothèse doit être nuancée ou précisée à ce propos, ce sont bien les cas du Nouveau Monde et de la Suisse qui se situent à chacune des deux extrémités de ce *continuum*. Cette précision tombe toutefois sous le sens dans la mesure où la Nouvelle-Zélande a été retenue comme terrain d'étude précisément parce que son régime national ne prévoit pas d'AOC.

Ce *continuum* peut être décrit comme suit. Dans le Lavaux, l'ARL du Dézaley et du Calamin s'appuie uniquement sur l'appellation d'origine contrôlée pour construire la ressource. Le second ARL du cas de Lavaux développe une logique similaire dans laquelle c'est essentiellement l'avenir de l'AOC qui est discuté. À Féchy cependant, bien que l'AOC soit centrale, une marque privée est déposée sur le paysage. Très anecdotique, l'enregistrement de la marque «1971, Féchy, vignoble classé» traduit toutefois la volonté des acteurs de se doter d'une diversité d'outils pour renforcer la différenciation de l'appellation. C'est en Valais que l'on observe les premières combinaisons impliquant autant les cépages que les AOC et les marques. La stratégie de différenciation cantonale elle-même est construite sur une hybridation entre l'AOC et certains cépages. Cette logique hybride donne lieu à des variations locales dans les combinaisons recherchées par les acteurs. À Fully, l'épuisement des outils disponibles de différenciation propre à l'AOC (appellation communale, Grand cru) est compensé par leur association à la petite arvine ainsi que par l'usage de la marque Valais. À Chamoson, où l'appropriation complète des outils prévus par la réglementation cantonale se heurte à de fortes rivalités locales, c'est l'idée d'une marque privée («Johannis de Chamoson») qui est initialement privilégiée par les acteurs. Mais l'échec de ce projet les amène à se «rabattre» sur le Grand cru et sur le projet plus récent de conservatoire du johannisberg pour associer la différenciation de l'appellation à ce cépage, dans la ligne de la stratégie cantonale. Enfin, la Nouvelle-Zélande elle-même, si elle reste hostile aux restrictions rigides des AOC, s'apprête à mettre en œuvre au plan national (*via* une ordonnance restée lettre morte depuis 1994) un dispositif formel d'indications géographiques qui, pour l'instant, fait uniquement l'objet d'une disposition *ad hoc* de la réglementation des exportations, destinée essentiellement à satisfaire les critères d'accès au marché européen. Dans ce contexte très libéral, la référence aux cépages (le sauvignon blanc, et le pinot noir principalement), constitue un outil central de la stratégie de différenciation adoptée par les deux régions, et les multiples marques (*labels*, en anglais) des grandes entreprises comme des petits vigneron-encaveurs figurent au premier plan. Les AOC sont discutées depuis longtemps en Central Otago, mais aussi – et initialement – dans le Martinborough (voir

Laesslé, 2016), mais ne font pas partie des combinaisons actuellement utilisées dans les arrangements locaux.

24.6 HYPOTHÈSE H_{3B}

L'existence d'un dispositif AOC fournit des conditions (néanmoins) favorables à ce que les acteurs locaux élaborent un arrangement régulateur orienté vers la production d'une plus grande variété de valeurs.

Un seul cas suffit à rejeter cette hypothèse: Central Otago. En effet, l'analyse de cette étude de cas met en évidence un ARL qui frappe par sa capacité à façonner rapidement la ressource dans le sens d'une plus grande palette de valeurs. Dans le cadre d'un régime national hostile aux AOC – même s'il s'oriente actuellement vers la reconnaissance des IG, largement moins contraignantes que les AOC – c'est sur la base d'accords essentiellement volontaires que les acteurs meneurs de l'ARL parviennent à faire évoluer la ressource vers la production d'une grande variété de valeurs, autant symboliques que sensorielles. Une variété qui n'a rien à envier aux combinaisons trouvées par les arrangements adoptés en Suisse dans le cadre d'un régime d'AOC.

La réponse à cette hypothèse renforce celle apportée à la précédente, notamment en soulignant que les appellations de vin du Nouveau Monde ne sont pas nécessairement l'expression de la poursuite de valeurs économiques et commerciales et d'un mode de production industriel dans lequel les aspects symboliques et sensoriels, que certains prétendent caractéristiques de la dimension patrimoniale des AOC, n'occuperaient qu'un rôle marginal ou seraient inexistantes.

CHAPITRE 25

DISCUSSION CONCLUSIVE

Cet ouvrage en dit certainement autant sur (le parcours de) son auteur que sur la problématique qu'il aborde. Totalement étranger au monde du vin à l'heure de débiter cette recherche, nous avons dû nous familiariser avec les aspects techniques de la viticulture et de l'œnologie et apprendre à « parler le langage des acteurs » pour espérer comprendre – et éventuellement en rendre compte – les enjeux qui se cachent derrière le goût du vin. Ce rapprochement avec la matière technique a été nécessaire pour aboutir à l'un des principaux apports de cette recherche qui consiste à prendre au sérieux le rôle qu'occupent les enjeux du goût dans les logiques de régulation des appellations de vins aussi bien que les enjeux symboliques et économiques.

Cependant – cette étude en fait la démonstration – le goût du vin ne fait pas à lui tout seul le succès d'une appellation et la richesse ou le bonheur des producteurs impliqués. L'ingénierie institutionnelle constitue une discipline à part entière, dans laquelle il est indispensable de se plonger pour comprendre la logique des assemblages vaudois par exemple. Nous attelant à cette tâche, nous avons découvert des règles qui, pour le dire simplement, ont pour vocation première de permettre à du raisin issu d'un terroir moyen de porter le nom d'une appellation de meilleure qualité, qui se vend mieux. Le goût du vin semble ici passer au second plan. Comment se fait-il alors, se demande-t-on, que les acteurs (et la réglementation qu'ils ont contribué à façonner) se réfèrent à des appellations d'origine contrôlée? Pourquoi invoquer la garantie d'authenticité des produits et d'expression fidèle d'un terroir qu'apportent les AOC face à un monde du goût gagné par l'industrialisation et la standardisation, lorsqu'on ajoute du sucre de betterave, lorsqu'on utilise des raisins venus d'une région qui préfère taire son nom pour les fondre dans le produit d'une autre, et que le vin, le sol et les hommes qui les manipulent portent parfois en eux les traces (biologiques) des produits de traitement utilisés?

Dans cette perspective, l'intérêt de cette recherche consiste précisément à démontrer que la finalité des appellations (pourvue ou non du label AOC), est à rechercher ailleurs, c'est-à-dire dans la capacité et dans la forme

de différenciation dont elles parviennent à doter la ressource territoriale correspondante. Une différenciation dont les acteurs attendent, en outre, qu'elle ne leur apporte pas uniquement des revenus supplémentaires mais également des valeurs sensorielles et symboliques spécifiques. Le modèle novateur proposé par l'ouvrage pour parvenir à cette démonstration et à son application sur divers terrains empiriques nous conduit à distinguer plus particulièrement les cinq principaux apports de ce travail.

25.1 APPORTS DE LA RECHERCHE

1) Le premier apport majeur réside dans la conception d'outils innovants et dans une définition des ressources communes permettant de réaliser une **analyse systématique** des choix institutionnels et de leurs déterminants locaux qui aboutissent à la construction des appellations de vin et au développement de la capacité de différenciation de ces dernières. Ce travail fournit une opérationnalisation, inexistante jusqu'alors, des enseignements apportés par de précédentes recherches menées autant dans les domaines de l'économie, de la géographie que de l'ethnographie ou de la sociologie. En exploitant le cadre des régimes institutionnels de ressource (RIR) et en développant la notion d'arrangement de régulation localisé (ARL) pour analyser les dynamiques propres à l'émergence et à l'exploitation de ressources communes (Ostrom, 1999, 2010) de nature territoriale (Kebir, 2006, 2010; Pecqueur, 2006), cet ouvrage permet de mettre en évidence, sur la base de cas parfois particulièrement contrastés, des régularités dans les déterminants de l'organisation institutionnelle (Knoepfel *et al.*, 2001, 2003) qui structure l'usage d'une ressource commune. Vis-à-vis de la littérature plurielle mobilisée pour élaborer le cadre conceptuel de la recherche, le présent travail permet de décroisonner, d'une part, la thématique des AOC (Bérard & Marchenay, 2004; Boisseaux & Leresche, 2002; Boisseaux, 2012; Bowen, 2002; Tregear & Gorton, 2005), des labels et des enjeux de propriété intellectuelle (Gerber *et al.*, 2009; Walther, 2010), et, d'autre part, celle du territoire (Camagni *et al.*, 2004; Maillefert *et al.*, 2010) et du patrimoine (Micoud, 2004; Graham *et al.*, 2002; Peyrache-Gadeau & Pecqueur, 2004), en construisant une définition des appellations de vin en termes de ressource.

C'est cette conception des appellations comme ressource – suivant une démarche intégrale qui ne se contente pas d'évoquer la notion de ressource comme une simple métaphore, mais en propose une définition qui couvre ses composants, les modalités de leur articulation ainsi que ses produits (les valeurs) – qui permet de porter l'analyse simultanément sur les enjeux légaux et formels (le régime et sa mise en œuvre, la propriété intellectuelle) et sur des aspects informels mais néanmoins centraux dans le monde du vin, tels que les dimensions symboliques et sensorielles. Ce faisant, cette étude éclaire des enjeux propres à la culture du vin aussi bien qu'à la façon de le cultiver. Surtout, l'opérationnalisation détaillée de ces aspects symboliques et sensoriels par une typologie des valeurs forme la clé de voûte du raisonnement conceptuel

qui permet de lier l'approche « ressource » (du RIR initialement) à la littérature plus spécifique au territoire, au patrimoine et aux labels d'origine. Elle apporte en outre à l'approche par les RIR un ancrage dans des champs de réflexion distincts de son attache initiale aux ressources naturelles. Nous pensons tout particulièrement aux travaux de Polanyi (2004) sur la question de l'encastrement social des activités économiques, et à l'application de ce questionnement aux productions agricoles (Barham, 2002 ; Bowen, 2010 ; Guthman, 2007).

La démarche conceptuelle de cette approche et son application empirique sont absentes de la littérature et notre recherche contribue ainsi significativement à la compréhension des dynamiques propres aux appellations de vin, sur le Vieux Continent comme dans le Nouveau Monde.

2) Le second apport majeur de la thèse renvoie plus spécifiquement au potentiel explicatif du modèle d'analyse, visible dans la dimension empirique de la recherche. L'application du cadre d'analyse à des terrains variés démontre en effet la pertinence d'une adaptation du modèle des RIR avec **la notion d'arrangement et surtout de créativité institutionnelle** des acteurs. Premièrement, dans le domaine plus restreint des RIR, cette recherche enrichit la compréhension de l'importance des ressources d'action dans la construction et dans l'entretien de ressources communes. L'enseignement principal ne porte pas sur la dotation des acteurs en ressource d'action, mais sur leur capacité à se doter de ressources d'action supplémentaires, à construire ces ressources nécessaires à l'élaboration d'un ARL. Cette capacité – à géométrie variable – des acteurs à étoffer leur portefeuille de ressource d'actions spécifiques pour faire aboutir l'arrangement, est intimement liée à la créativité institutionnelle qu'ils déploient.

C'est notamment par la mise en évidence des combinaisons apportées aux pièces institutionnelles des ARL que la notion de créativité rend explicite la façon dont les éléments relevant des politiques publiques et les droits de propriété s'articulent concrètement dans des contextes locaux spécifiques.

Un exemple, parmi d'autres, illustre l'intérêt du recours au RIR et l'utilité de l'adaptation proposée. Il s'agit de la tentative d'alliance (qui a finalement échoué) d'un grand négociant avec les producteurs du Chablais pour favoriser la marque Aigle les Murailles, propriété du groupe de négoce. Cette manœuvre illustre une forme de créativité institutionnelle destinée à engendrer de l'exclusivité, par une combinaison des droits de propriété intellectuelle (la marque Les Murailles) et de la politique publique (réforme des périmètres AOC).

La place que l'analyse réserve ici à la créativité institutionnelle permet, en outre, de mettre en évidence les diverses modalités qui caractérisent ces combinaisons (leur temporalité, les combinaisons entre stratégie de complément et contournement par exemple, ou encore les combinaisons entre un jeu d'acteurs au niveau local, national et international), ainsi que l'importance de la sélectivité du jeu d'acteurs, qui traduit également la dimension stratégique de la créativité institutionnelle.

Ces points conceptuels fournissent ainsi des explications éclairantes quant aux modalités concrètes des réponses que les usagers de ressources communes apportent au processus de globalisation. Les outils analytiques permettent de traiter dans un même cadre et avec les mêmes dimensions les « petits producteurs historiques » du Vieux Continent qui sont appelés à réagir à la globalisation, et les nouveaux venus, qui eux y prennent une part active, dans le Nouveau Monde.

3) Le troisième apport majeur de notre recherche tient à la **capacité du modèle proposé à «voyager»**. Le modèle d'analyse présenté dans cet ouvrage a été conçu et élaboré à l'aune d'un point de vue «d'ici», ancré notamment dans les problématiques de confrontation à la globalisation et de mise en valeur du patrimoine dans le Vieux Continent. Or, c'est surtout par son aller-retour sur le terrain du Nouveau Monde que la pertinence et l'intérêt heuristique du modèle apparaissent le plus clairement. Jusqu'à cette aventure exotique, la conception euro-péo-centrée et, au fond, très «française» du terroir et des AOC, qui alimente la construction du cadre d'analyse, avait pour point faible une certaine circularité de la démonstration, tant que le modèle n'était confronté qu'à des études de terrain également européennes. Or, l'utilité de la conception des appellations en termes de ressource, de la définition dans une typologie triptyque des valeurs qu'elles produisent ainsi que des jeux d'acteurs relatifs aux droits d'usage et d'exploitation, pensés en termes d'inclusion et d'exclusion, est rapidement apparue évidente en analysant le régime et les arrangements néo-zélandais (Laesslé, 2016). Bien que le cadre réglementaire y soit très libéral et étranger à la propriété intellectuelle des AOC, les jeux d'acteurs qui s'y déroulent correspondent parfaitement à une tentative – fructueuse en l'occurrence – de coordonner l'usage des trois constituants de la ressource. Le succès de cette ouverture de l'analyse des appellations de vin à un pays producteur du Nouveau Monde constitue indéniablement un point novateur majeur de notre recherche. Aucune étude n'avait jusqu'à présent procédé à une analyse explicative qui traite, dans un même cadre systématique, à la fois le niveau national et les jeux d'acteurs locaux qui caractérisent les appellations du Nouveau Monde et celles du Vieux Continent, et qui permette d'inscrire dans un *continuum*, plutôt que de les opposer, les logiques de différenciation.

4) Les apports du modèle proposé ici enrichissent en outre la conception de **la logique interne des arrangements**. Dans un même contexte de régime (Vaud, Valais ou Nouvelle-Zélande) on observe en effet des formes divergentes de mise en concurrence territoriale et de participation à la globalisation. Toutefois, ces divergences s'expliquent par les spécificités des rivalités locales, des attentes des acteurs en termes de valeurs que doit produire la ressource et par la créativité institutionnelle dont font preuve les meneurs (ou le groupe d'acteurs). Mais ces divergences ne sont pas aléatoires: elles se structurent sur certaines valeurs – symboliques et sensorielles en l'occurrence – qui apparaissent communes (incontournables) ou transversales à l'ensemble des cas. On peut

évoquer par exemple la référence symbolique (et éventuellement sensorielle) à un vin typique qui exprime le terroir, qui s'impose même dans le contexte plus industriel (relativement aux cas suisses) de la Nouvelle-Zélande. Ici, l'apport significatif de notre travail consiste à mettre en évidence – grâce notamment aux outils conceptuels que constituent les composants de la ressource, les valeurs qu'elle produit et les dimensions de régulation de l'ARL – que la logique interne des ARL, dans le cas des appellations de vin, s'attache à **instaurer un équilibre dans les valeurs fournies par la ressource**. En effet, pour que l'action collective porte ses fruits et entretienne une ressource productive, il faut que les acteurs parviennent à élaborer un ARL qui assure le maintien d'un certain équilibre entre les valeurs de la ressource. Cet équilibre est propre à chaque cas et correspond à la stabilisation des rivalités locales.

À titre d'exemple, cette démonstration de la nécessité d'un équilibre a permis de mettre en évidence le fait que la réglementation sur les AOC peut avoir un impact majeur sur les valeurs économiques associées au foncier dans les zones rurales. La problématique de la valeur du foncier (et son potentiel comme enjeu de mobilisation) n'est dès lors pas exclusive aux zones urbaines ou, *a fortiori*, aux parcelles susceptibles d'une valorisation immobilière. L'ARL de Féchy, qui peut se résumer (en caricaturant) à la réaction (particulièrement ingénieuse) d'un seul acteur qui vient d'acquérir 4 ha de vignes parmi les plus chères du canton et qui apprend que leur rareté relative est sur le point d'être divisée de moitié, illustre le lien et le besoin d'équilibre entre les valeurs symboliques ou sensorielles et les valeurs économiques. Les « dix ans de vie » qu'il investit dans la mobilisation collective, laquelle se construit notamment sur la revendication (stratégique) d'une défense de l'expression du terroir, permettent à ses parcelles de conserver intacte leur valeur économique.

5) Enfin, l'application du modèle dans les études de cas fournit **des enseignements généraux quant aux déterminants et à la nature des ARL observés**. L'analyse comparative horizontale (par variables) du tableau faisant la synthèse des arrangements (voir Tableau 16) contribue largement à l'exercice de montée en généralité des résultats de la recherche. On peut rappeler ces enseignements ici :

- i) Un ARL qui se forme sur une coalition d'acteurs homogènes et/ou incluant des propriétaires fonciers *est davantage susceptible d'aboutir à une régulation rendant plus exclusif l'accès aux valeurs produites par la ressource*.
- ii) Un ARL qui se forme sur une coalition hétérogène d'acteurs (extra-sectorielle à la vitiviniculture) *est davantage susceptible d'aboutir à une régulation rendant plus ouvert l'accès aux valeurs produites par la ressource*. En outre, lorsque les coalitions d'acteurs se caractérisent par une telle hétérogénéité, la recherche de valeur symbolique de *lien social* est un élément important au succès de l'action collective en faveur de la construction et de l'exploitation de la ressource.

- iii) *La ressource consensus – mobilisée ou construite en cours de route – est indispensable à la formation d'un ARL qui permette à la ressource de conserver sa capacité productive et de se développer.*
- iv) *Une dotation en ressources d'action de nature collective (organisation, consensus et soutien politique) est indispensable à la construction d'un ARL; en outre, ces ressources collectives se combinent aisément avec l'expression individuelle de ressources humaines, à travers la figure d'un meneur charismatique, plus particulièrement au niveau de l'impulsion initiale donnée à l'arrangement.*
- v) *Une créativité institutionnelle qui est capable de combiner, par une ingénierie institutionnelle locale, l'effet des différentes pièces institutionnelles de l'ARL et qui se fonde parallèlement sur une stratégie sélective dans le choix des défis que la ressource doit affronter, permet de surmonter les rivalités locales, indépendamment du contexte institutionnel dans lequel elles se situent.*
- vi) *La forme des ARL qui sont adoptés pour encadrer l'usage des appellations de vin dépend davantage de la nature et de la configuration des rivalités locales que du contexte institutionnel dans lequel elles se forment.*
- vii) *La forme des ARL qui sont adoptés pour encadrer l'usage des appellations de vin – en l'occurrence le fait de cibler davantage l'un ou l'autre constituant de la ressource – dépend de la nature et de la configuration des rivalités locales. En outre, cet enseignement général peut être précisé comme suit: lorsque les rivalités internes sont particulièrement fortes (Chamoson) ou que les alliances sont fragiles (Marlborough, Central Otago), alors les acteurs mettent l'accent sur la régulation des dispositions de réception et renoncent à réguler l'usage des infrastructures.*

Cet ouvrage démontre ainsi que si certains ARL ont vocation à être exclusifs, cette caractéristique n'est nullement nécessaire dans le contexte des AOC suisses, où certains cas se construisent précisément sur une logique inclusive. Il apparaît à ce titre que la nature inclusive ou exclusive des ARL dépend de la dynamique interne des cas (rivalités, valeurs recherchées, état naissant ou au contraire avancé de l'ARL) et non de leur inscription dans un régime libéral ou plus protectionniste.

La lecture par les ARL et par les résultats obtenus en Nouvelle-Zélande (où se trouvent les exemples les plus saillants mais non les seuls) a mis en évidence comment une stratégie de développement de ressource peut s'avérer efficace et pertinente, qui plus est en relativement peu de temps, en étant, dans un cas, uniquement inclusive (Marlborough) et, dans l'autre, plus sélective et se rapprochant d'une logique d'exclusion relative (Central Otago).

En outre, l'outil conceptuel de l'arrangement permet de déconstruire ce que l'observateur aurait tendance à «naturaliser», en portant son regard sur l'évolution historique des études de cas: le lien de Central Otago avec les valeurs

symboliques de la Bourgogne – si l'on s'en tient à l'histoire de la viticulture en Nouvelle-Zélande ou à son simple caractère de « producteur du Nouveau Monde » – est loin d'aller de soi ; il en est de même pour le lien du Marlborough avec un MSB au profil sensoriel si typé. L'enseignement principal pour la Suisse – à l'aune des cas de l'hémisphère sud –, c'est que la façon de cultiver du vin en Suisse, encore très fortement imprégnée des logiques de régulation qui étaient celles des vins de soif (ornière institutionnelle), malgré la révolution qualitative des AOC, ne parvient que difficilement à maintenir la ressource dans une dynamique productive : si les ressources locales produisent bien des vins typiques en termes de valeurs symboliques, elles peinent à dégager suffisamment de diversité de valeurs (sensorielles et symboliques) pour assurer leur propre développement.

Nous allons voir maintenant que la conclusion à laquelle invite ce travail consiste à faire évoluer les ARL suisses en conséquence. Les études de cas du Nouveau Monde fournissent des idées dignes d'intérêt pour alimenter la créativité institutionnelle des acteurs du monde vitivinicole suisse.

25.2 LIMITES

En contrepartie de ces apports, notre recherche se heurte évidemment à certaines limites.

« Tout ça pour ça », diront peut-être les économistes à la lecture du modèle conceptuel développé et des résultats présentés dans cet ouvrage. Porteurs d'une vision du monde parfois réductrice, certains économistes orthodoxes répètent comme un mantra l'argument selon lequel les AOC – et, par extension, toute forme d'entente collective qui s'en rapproche – constituent des cartels, des « distorsions » de la concurrence, une intervention une fois de plus illégitime de l'État dans le bon cours du marché. Dans cet esprit, il serait inutile d'aller chercher plus loin des explications plus compliquées à telle ou telle forme d'arrangement local dans le cadre des AOC.

Alors, « *tout ça pour ça ?* » Non, bien sûr.

Le cœur des AOC consiste bien en un mécanisme d'exclusion, qui vise à garantir la rente dont jouissent les producteurs de l'appellation. Sur ce point restreint, notre démonstration est certainement redondante vis-à-vis d'une analyse économique (Hayward & Lewis, 2008 ; Laporte, 2001 ; Mollard, 2001). Mais, heureusement, cette étude va plus loin.

Au-delà de cette concession, notre recherche contredit l'approche qui renvoie à de simples motifs de préservation d'un avantage économique les choix opérés par les acteurs des appellations (vendre davantage de bouteilles ou plus cher).

La première raison est d'ordre conceptuel. La concurrence « pure est parfaite » – que des ententes entre opérateurs du marché viendraient

supposément « distordre » – n'existe pas. C'est bien l'État qui a créé et crée encore les conditions spécifiques d'une économie de marché, et son intervention dans le cadre de cette dernière en est l'expression renouvelée (Polanyi, 2004 [1944], 2007).

La seconde raison découle autant de la construction conceptuelle que des résultats (empiriques) apportés par notre travail. D'une part, nous l'avons montré, les AOC et la construction des appellations comme ressources ne s'appuient ni nécessairement et ni uniquement sur l'exclusion, mais également sur des logiques d'inclusion. En outre, la réalité des arrangements de régulation analysés révèle un monde de valeurs plurielles très diversifié. Un monde dont les rouages sont – heureusement! – bien plus complexes et subtils que ceux de la poursuite de l'intérêt personnel dans un univers d'incitation marchande. C'est sans doute l'un des principaux apports de cet ouvrage que d'avoir pu mettre en évidence cette diversité et les mécanismes institutionnels sur lesquels elle s'appuie.

Toutefois, telle qu'elle est proposée et mise à l'épreuve ici, la conception de la diversité des valeurs produites par la ressource mérite d'être précisée, dans la perspective d'une application ultérieure. Les trois formes de valeurs ne sont pas équivalentes, et leur expression semble résulter d'une certaine interdépendance chronologique. La formation de valeurs économiques est favorisée si elle est précédée par la production de valeurs symboliques et sensorielles spécifiques. Ainsi, les trois formes de valeurs s'inscrivent dans un certain ordre chronologique, dans lequel les valeurs symboliques et sensorielles occupent un rôle déterminant. Ce dernier constat de la prééminence des valeurs symboliques et sensorielles se traduit dans la formulation de recommandations à l'intention des acteurs suisses.

Enfin, il nous apparaît que ce travail manque en partie l'une des questions centrales qui concernent aujourd'hui la production de vin – tout comme l'ensemble de la production agricole, voire de la production tout court –: la recherche de la différenciation par une appellation n'a-t-elle pas précisément pour vocation de maintenir les consommateurs dans un certain univers de valeurs (un vin prestigieux, le vin typique d'une région, un cépage à la mode, etc.) afin d'éviter qu'ils ne posent au producteur et au vendeur les questions embarrassantes? *Que contient le vin exactement et pourquoi ces informations ne figurent-elles pas sur l'étiquette? Comment sont cultivées les vignes, avec quels produits? Quelles sont les opérations techniques qui ont lieu durant la vinification (assemblages, copeaux de bois aromatiques, concentré de sirop de raisin, sucre, etc.)?* Grâce au glissement pudique de leur dénomination générique vers la sémantique de la « bonne santé de la plante », les produits dits phytosanitaires sont désormais dépourvus du stigmate du suffixe latin « *qui tue* ». Celui-ci a cependant l'avantage (ou l'inconvénient) de rendre la fonction des *pesticides*, *fongicides* et *herbicides* sans équivoque. Cette euphémisation illustre l'évolution des référents sanitaire et sécuritaire

dans l'agriculture globalisée et gagne la faveur des acteurs qui préfèrent que les questions « qui fâchent »¹ ne soient pas abordées, et encore moins qu'elles fassent l'objet d'une réglementation plus contraignante.

Le domaine des vins naturels (« bios », ou biodynamiques), fait social et objet médiatique en cours de constitution à l'heure où débutait cette recherche mais aujourd'hui en pleine effervescence² – à l'image des fermentations qui font la surprise de certains vins naturels (le « *pét'nat* »³ comme on aime à dire chez les cavistes spécialisés) – est sans aucun doute l'objet de recherche dans le domaine vitivinicole qui permettrait d'aborder ces questions de plein front. Un tel angle aurait en outre l'avantage de lier – en des termes encore plus directs que ceux du présent ouvrage – les questions posées au secteur vitivinicole avec les enjeux bien plus larges qui touchent à la production agricole en général.

C'est bien pour cette raison que cette recherche en dit peut-être davantage sur son auteur que sur certains enjeux d'avenir du secteur. Les réponses qui y sont apportées correspondent en effet à des questions posées, dans les grandes lignes, il y a plus de cinq ans. Si tout était à refaire, nous serions sans doute conduit à poser d'autres questions. Notamment sur les enjeux que soulèvent les vins naturels, absents de ce travail, et qui mettent en question le caractère marchand et industriel que les vins d'appellation s'évertuent (parfois) à dissimuler sous les images du terroir. Mais revenir en arrière est impossible et tout n'est pas à refaire, bien heureusement. Ce qui laisse à d'autres chercheurs l'opportunité d'éclaircir cette problématique avant que, peut-être, mais on peut en douter, elle ne devienne obsolète, passée de mode.

25.3 RECOMMANDATIONS

L'un des objectifs – orienté vers la pratique – initialement associés à notre recherche visait la formulation de recommandations à l'intention des acteurs, publics ou privés, impliqués dans la définition et la mise en œuvre de la politique vitivinicole en Suisse. Arrivé au terme de l'analyse, il convient de relever la difficulté de cet exercice, qui peut être résumée en trois points.

Le premier tient à la démarche analytique explicative que nous avons adoptée, dépourvue à dessein de projet normatif, comme le montre notamment la mise à l'écart de la notion de durabilité dans l'usage qui est fait du modèle

¹ Et elles fâchent, même doucement, comme nous avons pu en faire l'expérience durant certains entretiens.

² Comme le montrent des blogs à succès sur le vin (par exemple, <http://rue89.nouvelobs.com/blog/no-wine-is-innocent>), le dernier documentaire de Jonathan Nossiter (*Résistance naturelle*), ou encore les ouvrages de journalistes qui mettent notamment en lumière les enjeux relatifs à l'usage des pesticides dans les prestigieuses appellations du Bordelais (Saporta, 2014).

³ Pour « pétillant naturel », une non-méthode, ancestrale, distincte de la méthode champenoise : la fermentation est volontairement interrompue, par le froid, et le sucre résiduel reprend la fermentation une fois le vin mis en bouteille, formant des bulles de gaz carbonique.

d'analyse des RIR. Une recommandation, par définition, a pour but d'apporter un conseil quant aux moyens les mieux appropriés qu'il convient d'employer pour atteindre un certain objectif, ou de formuler une mise en garde pour surmonter les obstacles susceptibles d'entraver l'atteinte de cet objectif. Or, en l'occurrence, cette recherche ne définit aucun « état idéal » (du régime du vin, des ressources correspondantes, des ARL, etc.) vers lequel il conviendrait de faire converger le comportement des acteurs dans les dynamiques de construction des appellations. En l'absence d'une telle référence normative explicite, il est difficile de savoir *pour quoi* formuler des recommandations.

Le second point, moins décisif, est d'ordre épistémologique et renvoie à la discussion menée à ce propos en ouverture de la présentation de l'état de la recherche (chapitre 2). Par définition encore, et pour des motifs qui tiennent à la cohérence de la construction de l'objet de recherche, les termes mêmes d'éventuelles recommandations doivent nécessairement être ceux du modèle d'analyse utilisé jusqu'ici. Les concepts de ressource, de valeurs, d'arrangement, etc., sont ceux du chercheur et non ceux des acteurs engagés dans la pratique des appellations de vin. Or, c'est bien à ces derniers que s'adressent les recommandations, idéalement dans les termes les plus largement accessibles, les plus proches possible du langage des acteurs évoqué plus tôt. Cette double contrainte (cohérence interne et traduction pratique) s'ajoute au manque de référence normative.

Enfin, le troisième point relève de l'éthique. Malgré toute notre bonne volonté à entrer dans les logiques du monde du vin durant les années de la recherche et à nous approprier au mieux le langage des acteurs, la complexité de la matière empirique et la richesse de l'expérience et du travail des acteurs appellent immédiatement à la modestie. Si nous restons convaincus de l'intérêt heuristique et explicatif de l'analyse proposée dans cet ouvrage, notre sentiment de légitimité à formuler des conseils pertinents reste très modéré. À cela s'ajoute le fait que la réforme du régime national suisse, à venir à court terme, est lourde d'enjeux : certains acteurs se préparent à l'introduction d'éventuelles AOP viticoles, mais les négociations seront âpres, dans la mesure où de nombreuses rivalités vont être réactivées à l'occasion d'une modification des règles du jeu.

Malgré ces difficultés, les apports de notre travail permettent de jouer le jeu jusqu'au bout et de proposer de modestes conseils à l'attention des acteurs de la filière. À défaut d'un référent normatif explicite, l'état « idéal » envisagé ici est celui formulé comme second postulat du modèle conceptuel (point 5.7, un postulat qui vise par ailleurs précisément à pallier le « vide normatif » lié à l'abandon de la notion de durabilité!), un état dans lequel la ressource parvient à *produire les trois formes de valeurs* et *dans un certain équilibre*. L'enjeu principal consiste à maintenir la ressource vivante, productive, si ce n'est croissante (Kebir, 2010), et ce caractère vivant implique le respect du second postulat de cette recherche.

Un constat simple, au cœur de cette problématique, reste déterminant pour contextualiser ces recommandations : l'ouverture du marché du vin renforce la

concurrence des vins étrangers, dont les conditions (exigences) de production sont parfois moins élevées que celles qui encadrent les vins suisses d'appellation. Cela se traduit, d'une part, par des coûts de production (et donc des prix de vente) plus faibles et, d'autre part, *via* certaines pratiques œnologiques telles l'usage de copeaux de bois ou l'édulcoration, par la production de valeurs sensorielles prisées par les consommateurs de vins d'entrée ou moyenne gamme, correspondant notamment à des vins faciles à boire et puissants. La globalisation se traduit ainsi dans les prix, mais aussi dans le goût du vin en Suisse.

Globalement, il nous semble que les acteurs suisses pourraient, sans évidemment renoncer à leur spécificité, se laisser davantage inspirer par les arrangements locaux qui apparaissent féconds dans le Nouveau Monde. Les cas de Nouvelle-Zélande analysés dans ce travail s'illustrent en effet par la capacité des acteurs locaux à reprendre à leur compte, et de façon finement adaptée aux contraintes et rivalités locales, le « meilleur » des idées de la vitiviniculture globale. Ils s'inspirent autant de la Bourgogne que de la Champagne ou de l'Oregon, en s'efforçant de ne pas reproduire les erreurs les plus évidentes commises ailleurs (comme l'échec de l'Oregon dans la création du verre Riedel). Dans ces cas, les acteurs du Nouveau Monde puisent autant dans des savoir-faire que dans des formes de valeurs symboliques. Par conséquent, notre propos ici ne consiste aucunement à recommander aux acteurs suisses de s'inspirer des styles de vin produits, au contraire, mais bien plutôt des formes de *créativité institutionnelle et des modèles d'arrangements développés pour structurer les ressources*. À ce titre, le caractère inclusif des ARL du Lavaux ou, dans une mesure moins élaborée, de celui de Chamoson, témoigne de formes d'organisation locales qui paraissent tout à fait susceptibles d'intégrer le meilleur de ce qui se fait dans les ARL observés en Nouvelle-Zélande.

La comparaison transversale des cas et la discussion croisée des résultats révèlent plusieurs enseignements généraux concrets qui nous amènent à proposer des recommandations plus précises. Parmi les sept enseignements généraux, rappelés dans le cinquième apport de cette recherche, quatre d'entre eux en particulier mettent en évidence *des conditions qui favorisent l'émergence et le succès des ARL* dans l'ambition de développer la ressource. Ces enseignements doivent être directement associés aux recommandations. Le premier identifie la *nécessité* pour les acteurs impliqués dans l'arrangement de s'appuyer sur un consensus pour favoriser la capacité productive de leur appellation :

1. *La ressource consensus – mobilisée ou construite en cours de route – est indispensable à la formation d'un ARL qui permette à la ressource de conserver sa capacité productive et de se développer.*

Le second montre, d'une part, que les aspects collectifs que sont l'organisation (formelle) des acteurs et la présence d'un soutien politique en plus du consensus local sont *indispensables* à la formation d'un ARL. D'autre part, le développement de la ressource est favorisé si ces éléments collectifs

sont combinés avec l'implication d'un meneur de l'action collective, tout particulièrement pour assurer l'impulsion de la mobilisation et, éventuellement, sa relance dans une perspective de plus longue haleine :

2. *Une dotation en ressources d'action de nature collective (organisation, consensus et soutien politique) est indispensable à la construction d'un ARL ; en outre, ces ressources collectives se combinent aisément avec l'expression individuelle de ressources humaines, à travers la figure d'un meneur charismatique, plus particulièrement au niveau de l'impulsion de l'arrangement.*

Le troisième enseignement indique qu'un *accent créatif des acteurs doit être porté sur l'ingénierie institutionnelle* qui leur permet de combiner au mieux les multiples pièces de leur arrangement et de coupler cette ingénierie institutionnelle avec une stratégie d'action sélective face aux problèmes ou aux menaces qu'ils décident d'affronter :

3. *Une créativité institutionnelle permettant de combiner, par une ingénierie institutionnelle locale, l'effet des différentes pièces institutionnelles de l'ARL et qui se fonde parallèlement sur une stratégie sélective dans le choix des défis que la ressource doit affronter, permet de surmonter les rivalités locales, indépendamment du contexte institutionnel dans lequel elles se situent.*

Le quatrième enseignement directement utile à des recommandations invite les acteurs impliqués dans des appellations où les rivalités sont fortes ou lorsque les coalitions sur lesquelles ils peuvent s'appuyer sont fragiles, à *diriger leur action sur la construction des dispositions de réception* des consommateurs :

4. *Lorsque les rivalités internes sont particulièrement fortes ou que les alliances sont fragiles, alors les acteurs mettent l'accent sur la régulation des dispositions de réception et renoncent à réguler l'usage des infrastructures.*

Dans le prolongement de ces quatre recommandations générales, nous proposons deux axes de recommandations, qui portent en *amont* et en *aval* de la ressource.

Concrètement, en amont de la ressource (c'est-à-dire dans l'articulation de ses constituants), nous suggérons *d'affecter l'énergie du travail collectif en priorité à la construction des dispositions de réception des consommateurs*. Cela implique de délaissier relativement les débats sur l'usage des infrastructures et de mettre au second plan l'orfèvrerie réglementaire qui vise l'usage légitime des infrastructures, définissant les parcelles, les cépages autorisés et les pratiques œnologiques de chaque appellation. Il nous semble essentiel de redonner aux consommateurs la capacité (et l'envie!) de s'intéresser aux vins du pays, qu'ils se différencient par des appellations sur le modèle vaudois ou de façon hybride, selon la logique valaisanne. À l'exemple du cas de Central Otago, une des clés réside, selon nous, dans le fait de cibler le plus précisément possible le travail sur les dispositions de réception. Il ne s'agit pas de conduire un « simple » travail de marketing. Il s'agit d'une promotion plus dense, incluant davantage de *storytelling*, un narratif

commun aux différentes appellations et aux producteurs, mieux assumé par ces derniers. Une structure collective à l'échelle régionale (*i. e.* supra-cantonale) pourrait s'inspirer du modèle de la COPNL (dont les principaux produits en termes de promotion sont la Pinot Celebration et les manifestations associant les distributeurs) pour organiser les événements de promotion à même de développer les dispositions de réception des consommateurs. Concrètement, les deux principaux producteurs régionaux (Vaud et Valais) pourraient unir leurs forces dans l'organisation d'une manifestation de promotion dense (en termes d'expérience vécue pour les participants), centrée sur le marché le plus important, accessible et prometteur en Suisse, à savoir les consommateurs alémaniques, plus précisément les consommateurs zurichois. On pourrait imaginer un équivalent de la Celebration, ici une Célébration des vins romands organisée sur deux jours à Zurich, comportant des ateliers et des *master classes* animés par des vignerons et des œnologues vaudois et valaisans, et centrée sur un public de restaurateurs, de sommeliers et d'amateurs.

La deuxième recommandation porte sur l'aval de la ressource, c'est-à-dire sur le type de valeurs produites. Les acteurs devraient *accorder la priorité à la production de valeurs symboliques et sensorielles*, dont il apparaît en conclusion de cet ouvrage qu'elles sont déterminantes (*i. e.* nécessaires) pour la production (éventuellement) pérenne de valeurs économiques. Un slogan adopté par l'office des vins vaudois en 2015 («*Le monde s'incline devant les vins vaudois*»)⁴ constitue l'exemple inverse de l'esprit de ces recommandations. En l'occurrence, invoquer une prétendue réputation internationale (bien peu en phase avec la réalité si l'on tient compte de la très faible part d'exportation de vin suisses et surtout du volume infime que représentent les vins vaudois dans la production mondiale), par un simple texte, au ton confiant mais totalement dépourvu d'émotion, contribue peu à la production de valeurs symboliques. Ce type de promotion ne favorise pas l'expérience et le vécu des consommateurs des valeurs symboliques (comme un vin typique ou un paysage identitaire), contrairement au travail mené dans le cas de l'arrangement du Lavaux, par exemple. Ce point fait évidemment écho à la recommandation de cibler les dispositions de réception des consommateurs, en renforçant la dimension *vécue* des valeurs symboliques (richesse et cohérence du narratif notamment) et sensorielles.

Enfin, gardant à l'esprit les limites de notre recherche en ce qui concerne l'actualité de la problématique environnementale (impact des intrants de la production viticole sur la santé des hommes et de l'environnement, adaptation des cépages au changement climatique), une ultime recommandation appelle à orienter la production, mais également les arguments de différenciation des appellations, *vers les valeurs des vins naturels*. Les appellations suisses gagneraient ainsi des qualités précieuses et pérennes dont les consommateurs actuels et les générations futures sauront très certainement se réjouir.

⁴ 24 Heures du 8 août 2015.

ANNEXES

ANNEXE 1

*Coûts d'exploitation d'un vignoble type du Marlborough.
Tiré de Fruition (2013, p. 9)*

Table 7: Marlborough vineyard model expenditure

	2011/12	2012/13			2013/14 budget				
	Whole vineyard (\$)	Whole Vineyard (\$)	Per Producing ha (\$)	Per tonne Gross (\$)	Per vine (\$)	Whole Vineyard (\$)	Per Producing ha (\$)	Per tonne Gross (\$)	Per vine (\$)
Vineyard working expenses									
Hand harvesting	1 300	3 200	107	9	0.05	2 900	97	8	0.05
Pruning (and tying down)	59 800	62 500	2 083	171	1.03	64 200	2 140	173	1.06
Canopy/Crop management 1	20 800	21 900	730	60	0.36	22 600	753	61	0.37
Other wages	30 500	26 900	897	74	0.44	30 100	1 003	81	0.50
ACC - employees	1 300	800	27	2	0.01	1 000	33	3	0.02
Total labour expenses	113 700	115 300	3 843	316	1.91	120 800	4 027	326	2.00
Weed & pest control	25 600	21 000	700	58	0.35	22 600	753	61	0.37
Fertiliser & lime	3 300	6 000	200	16	0.10	6 100	203	16	0.10
Electricity	3 200	4 200	140	12	0.07	4 200	140	11	0.07
Vehicle	4 500	4 400	147	12	0.07	4 400	147	12	0.07
Fuel	8 100	8 200	273	22	0.14	8 500	283	23	0.14
Repairs & maintenance	8 500	12 200	407	33	0.20	10 800	360	29	0.18
General	4 400	3 700	123	10	0.06	3 900	130	11	0.06
Frost protection	700	2 700	90	7	0.04	2 700	90	7	0.04

LE GOÛT DU VIN

	2011/12	2012/13				2013/14 budget			
	Whole vineyard (\$)	Whole Vineyard (\$)	Per Producing ha (\$)	Per tonne Gross (\$)	Per vine (\$)	Whole Vineyard (\$)	Per Producing ha (\$)	Per tonne Gross (\$)	Per vine (\$)
Contract machinery work	6 200	5 900	197	16	0.10	6 600	220	18	0.11
Machine harvesting	17 700	18 200	607	50	0.30	18 500	617	50	0.31
Total other working expenses	82 200	86 500	2 883	237	1.43	88 300	2 943	239	1.46
Rates	9 700	9 700	323	27	0.16	9 800	327	26	0.16
Water rates	1 500	2 200	73	6	0.04	2 200	73	6	0.04
General insurance	3 700	3 800	127	10	0.06	4 100	137	11	0.07
Crop insurance	0	0	0	0	0.00	0	0	0	0.00
ACC - owners	7 000	6 100	203	17	0.10	6 100	203	16	0.10
Communication	2 100	1 900	63	5	0.03	2 000	67	5	0.03
Accountancy	3 000	3 100	103	9	0.05	3 100	103	8	0.05
Legal & consultancy	1 200	2 000	67	5	0.03	2 000	67	5	0.03
Levies & subscriptions	3 700	5 600	187	15	0.09	5 800	193	16	0.10
Other administration	1 600	1 400	47	4	0.02	1 500	50	4	0.02
Total overhead expenses	33 500	35 800	1193	98	0.59	36 600	1 220	99	0.61
Total vineyard working expenses	229 400	237 600	7920	652	3.93	245 700	8 190	664	4.06
CALCULATED RATIOS									
Economic Vineyard Surplus (EVS) ¹	63 800	279 200	9 307	766	4.62	290 800	9 693	786	4.81
Vineyard working expenditure/NCI ²	56%	38%				39%			
EVS/Total vineyard assets	1.4%	5.8%				6.0%			
EVS less interest & lease/equity	0.1%	5.3%				5.6%			
Interest+rent+lease/NCI	14.8%	10.0%				10.0%			
EVS/NCI	15.6%	44.6%				46.5%			
Wages of management	75 000	75 000	2500	206	1.24	75 000	2 500	203	1.24
Notes									
Figures may not add to totals due to rounding									
1 EVS is calculated as follows: net cash income less vineyard working expenses less depreciation less wages of management (WOM). WOM is calculated as follows: \$31 000 allowance for labour input plus 1 percent of opening total vineyard assets to a maximum of \$75 000.									
2 Net cash income.									

ANNEXE 2

*Frais de production en viticulture suisse.**Tiré du classeur Agridea Viticulture (2011, p. 0.31)*

Divers – Quelques données économiques



0.31

Frais de production en viticulture suisse en Fr./ha, moyenne 2006-2010

Mécanisation	Pas ou peu		Légère (chenillette, monoaxe)			Tracteur				Enjam- beur
	gobelet	fil de fer étroit	fil de fer étroit	mi- haute	ban- quettes	mi- haute	mi-haute avec mécanisation des travaux de la feuille	Large avec mécanisation des travaux de la feuille	ban- quettes	
Intérêt du capital vignoble	5'456	5'598	5'168	4'284	4'628	3'605	3'294	2'938	3'651	3'369
Amortissement du capital vignoble	8'118	8'564	7'676	6'645	6'047	5'616	5'568	5'282	4'883	6'291
Main-d'œuvre	26'414	25'150	19'984	20'130	18'944	15'917	11'205	9'470	15'380	12'883
Mécanisation et travaux de tiers	3'118	3'337	3'364	4'180	3'474	4'442	4'184	3'727	4'746	2'725
Fournitures	2'794	3'370	2'410	2'603	2'553	2'181	1'781	1'953	2'066	1'974
Frais divers et généraux	538	771	898	1'423	1'647	1'804	1'924	1'832	1'784	2'158
Gestion	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000
Intérêt du capital circulant	546	518	456	488	455	402	321	282	422	331
Total frais de production	47'985	48'309	40'956	40'754	38'749	34'966	29'277	26'485	33'932	30'730

ANNEXE 3

Quelques éléments de base sur la vigne et le vin

Origine de la culture de la vigne

Le vin est une boisson issue de la fermentation alcoolique du raisin pressé et existe depuis le début de la civilisation. On en retrouve les traces sur des tablettes et des tombeaux égyptiens, mais c'est aux environs du III^e siècle avant J.-C. que ce breuvage fait son apparition dans les pays du sud de l'Europe. Au Moyen Âge,

le vin, comme la laine, est strictement réglementé: il s'agit d'un produit de luxe en Europe du Nord (Johnson & Robinson, 2008, p. 12-14). C'est une boisson saine qui se conserve relativement bien, raison pour laquelle elle est consommée en quantité bien plus importante qu'actuellement (relativement à d'autres boissons) et ce, jusqu'au début du XVII^e siècle. L'accès facilité à l'eau potable, l'amélioration des techniques de fabrication de la bière et la diffusion du thé en Europe menacent l'industrie du vin dès la deuxième moitié du XVII^e siècle, qui coïncide avec l'utilisation de la bouteille en verre pour la conservation des vins. Les modes de production et de conservation évoluent et les régions ayant le plus de succès s'arrêtent dès le XVII^e siècle sur certains cépages, avec par exemple le pinot noir en Bourgogne et le riesling dans les meilleurs vignobles d'Allemagne. Le commerce du vin poursuit son essor durant le XIX^e siècle, en Europe comme aux États-Unis, où la Californie commence à développer son vignoble. À titre d'exemple, en 1880, 80% de la population italienne dépendent du vin pour vivre (Johnson & Robinson, 2008, p. 15-16). Cette évolution est freinée à la fin du XIX^e siècle par les ravages d'un parasite, le phylloxéra, venu des États-Unis, qui menace de détruire l'ensemble du vignoble européen (Simpson, 2011). Or, il apparaît alors qu'une espèce de vigne indigène américaine est résistante à ce puceron. On l'utilise depuis comme porte-greffe pour les variétés européennes, aucune autre solution n'existant à ce jour. La vigne reste cependant exposée à de nombreux nuisibles et maladies (maladies cryptogamiques telles que le mildiou, l'oïdium, des virus, des araignées, des larves, etc.) qui requièrent une attention constante et coûteuse de la part des vignerons (Johnson & Robinson, 2008, p. 18).

La vigne et les cépages

Les différentes variétés de vignes issues de l'espèce *vitis vinifera* se déclinent en cépages. Actuellement, différents cépages sont reconnus comme internationaux, dans la mesure où leur culture est largement diffusée et distribuée à travers le monde. Parmi les plus répandus, le pinot noir, la syrah, le cabernet sauvignon et le merlot ou encore le chardonnay, le riesling, ou le sauvignon blanc. Chaque cépage développe des arômes qui lui sont spécifiques. Ce sont ces caractéristiques qui peuvent être recherchées pour des vins de cépages, ou leur combinaison, pour des vins d'assemblage. Certains cépages arrivent plus rapidement à maturation. Ils sont ainsi plus ou moins adaptés à certains climats et doivent ainsi être vendangés plus tôt que d'autres. Le fait de mettre l'accent (en commercialisant le vin) sur le cépage est un phénomène récent sur le plan international. Comme le soulignent Johnson & Robinson: «*Il est en effet plus facile de se souvenir du nom de quelques cépages connus que de mémoriser tous les lieux de production qui figurent sur l'étiquette*» (2008, p. 20). Ce constat se traduit par la place croissante qu'occupe le cépage dans les stratégies marketing au niveau international (voir ainsi Tregear & Gorton, 2005, p. 402). À l'inverse, les vins vendus dans une logique d'AOC ne mentionnent pas forcément le ou les cépages utilisés. De nombreux consommateurs ignorent par exemple que la

plupart des meilleurs crus de Bordeaux sont des assemblages (généralement issus de cabernet sauvignon, de merlot et de cabernet franc) ou encore que le vin de Bourgogne est issu exclusivement de pinot noir¹.

Vitis vinifera produit du raisin utilisable pour la production de vin dès la troisième année suivant sa plantation. Elle peut être cultivée (« conduite ») d'une multitude de manières (en ligne, en palissage vertical, en gobelet, en lyre, en pergola, etc.) selon les conditions climatiques ou topologiques, l'ensoleillement ou la tradition régionale. La durée de vie d'un plant de vigne peut aller jusqu'à une centaine d'années, mais le plant atteint généralement son pic de rendement dès vingt-cinq ou trente ans. Si elles produisent moins, les « vieilles vignes » permettent parfois d'obtenir des raisins aux arômes plus concentrés, favorables à l'élaboration de vins de qualité supérieure. En outre, la quantité de raisins qu'un plant de vigne produit par an varie selon les cépages, mais le rendement peut également fortement varier d'une année (millésime) à l'autre pour certains cépages. Les conditions climatiques sont les premiers facteurs de la variation (naturelle) du rendement. Certains cépages, comme le chasselas, sont particulièrement sensibles à ces perturbations, et leur rendement est de ce fait particulièrement susceptible de varier selon les millésimes (Gay, 1985, p. 61).

La charge de la vigne, c'est-à-dire le nombre de grappes que porte chaque plant, a un impact sur la qualité du raisin : au-delà d'une certaine charge, la teneur en sucre naturel (surtout glucose et fructose) du fruit diminue et les arômes contenus dans les baies (polyphénols) sont moins concentrés. Une production excessive épuise la vigne, et son rendement, comme ses arômes, s'affaiblissent plus rapidement alors que l'acidité augmente² (voir aussi Gay, 1985, p. 67). Cette relation entre quantité de raisin produit et qualité du vin n'a été démontrée scientifiquement que durant la fin des années 1980 en Suisse. Elle s'est avérée décisive pour le régime des AOC. La grande majorité des professionnels connaissaient cette relation bien avant qu'elle ne soit scientifiquement établie³ ; or, tous n'avaient pas intérêt à ce qu'elle devienne structurante dans la régulation vinicole, sachant qu'elle impose une limite aux ambitions productivistes.

La nature du sol du lieu de culture, son orientation, son inclinaison, sa situation dans le haut ou le bas d'une pente, sa capacité à drainer l'eau (le stress hydrique auquel il soumet la plante) ou sa composition physico-chimique, ont également un impact sur les caractéristiques du raisin. Enfin, l'ensemble de ces variables ne permet qu'à certains cépages de s'épanouir pleinement et

¹ Encore certainement plus nombreux sont ceux qui ignorent que les bourgognes rouges peuvent contenir une part d'au maximum 15% de chardonnay, de pinot blanc ou de pinot gris – des cépages blancs.

² Entretien avec des acteurs politico-administratifs en Valais.

³ Entretiens avec des vignerons-encaveurs en Valais.

de déployer la totalité de leurs arômes. Par conséquent, la connaissance des caractéristiques d'un lieu détermine quel cépage y est le plus approprié.

Présentée en ces termes, la culture de la vigne et du vin pourrait sembler ne relever que de simples ajustements logiques. Mais il n'en est rien. Dans la pratique, ces ajustements découlent de choix fondés sur des enjeux politiques, culturels et commerciaux, que cet ouvrage a pour but d'éclairer.

De la vigne au vin

La nature joue un rôle évident dans la variation des millésimes. Or, la façon dont la matière première est transformée en vin a un impact tout aussi déterminant sur les caractéristiques et, par conséquent, sur la qualité du produit qui sera mis en bouteille: en cave, le travail de l'œnologue peut autant viser à corriger (lisser) les variations des millésimes (dans une logique industrielle) qu'à en exprimer la quintessence (dans une logique de terroir). Il convient à ce titre de revenir brièvement sur les principales étapes du travail œnologique (vinicole).

Une fois vendangé et trié, le raisin broyé est pressé directement avec une très faible partie des rafles (la partie ligneuse de la grappe) pour la vinification en rouge, ou séparé de celles-ci pour la production de la plupart des vins blancs. Les rafles étant astringentes, on les enlève en général⁴ pour éviter qu'elles n'apportent des arômes trop herbacés au vin. Pour les vins blancs, on utilise le «jus de goutte», issu du foulage du raisin. Le jus de presse (issus du pressurage des baies) y est ensuite ajouté et le moût, mis en fermentation sans les peaux des baies (débourage). Contrairement au vin blanc où le pressurage a lieu avant la fermentation, le moût destiné au vin rouge est pressé après la fermentation alcoolique. Le contact avec les peaux est maintenu durant la fermentation pour pouvoir en extraire les polyphénols, qui contiennent les arômes, les tannins et les pigments (Johnson & Robinson, 2008, p. 33).

Après une éventuelle période de macération, le moût (soit le jus de raisin non fermenté contenant encore les pulpes et les peaux) est ensuite amené à fermenter, après un éventuel sucrage (chaptalisation). Différentes techniques sont utilisées pour augmenter la teneur en alcool du vin: chaptalisation (ajout de saccharose ou de moût concentré), concentration ou osmose-inverse. L'ampleur du besoin de chaptalisation dépend de la teneur en sucre naturel du raisin. En outre, un ajout de sucre excessif peut dégrader les qualités organoleptiques d'un vin et donc altérer sa typicité (Gay, 1985, p. 124).

Durant la fermentation, le sucre contenu dans le jus est transformé en alcool par le travail des levures. Celles-ci peuvent être exogènes (sélectionnées en laboratoire) ou naturellement présentes dans l'environnement de production

⁴ Depuis 2014, une pratique à la mode dans le Nouveau Monde consiste à conserver les grappes entières en rouge, en partie pour contrebalancer une expression du fruit trop marquée sur des vignes jeunes.

(indigènes). Les anciens chais⁵ sont fortement « colonisés » en levures indigènes, ce qui est moins évident dans les environnements plus récents et plus stériles. Les levures indigènes rendent le déroulement (et le succès) de la fermentation moins prévisible, mais permettent parfois d'apporter des arômes spécifiques (et uniques) au produit fini. L'enjeu central de la fermentation consiste à ce qu'elle ne se termine pas avant que tous les sucres aient été transformés en alcool, au risque d'avoir un mélange vulnérable aux bactéries et à l'oxydation (Johnson & Robinson, 2008, p. 33).

Le niveau d'alcool que peut atteindre un vin est directement lié niveau de sucre naturel présent dans le moût, mesuré en degré Oechsle (°Oe) ou Brix (°Brix). La relation suit la formule suivante⁶:

$$\text{Volume alcoolique} = (\text{degré Oechsle} - 15) / 6$$

L'équivalence pour définir le degré Oechsle correspondant à un certain volume d'alcool étant la suivante:

$$\text{Degré Oechsle} = 6 \times (\text{volume alcoolique}) + 15$$

L'ajout de sucre avant la fermentation permet de « gagner » des degrés Oechsle dans la proportion suivante: 1 kg saccharose/hl => + 4° Oechsle⁷.

Systématique en rouge, une seconde fermentation peut suivre la fermentation alcoolique: il s'agit de la fermentation dite malolactique (FML). Le terme de fermentation est une convention, dans la mesure où il s'agit en fait d'une réduction chimique durant laquelle l'acide malique (plus sec et prononcé, au goût de pomme verte) est transformé en acide lactique (plus onctueux). La FML apporte un léger goût beurré, qui peut être recherché pour certains blancs (typiquement pour des Chardonnay). L'absence de FML permet au contraire de maintenir davantage de fraîcheur et d'acidité.

La douceur d'un vin dépend du niveau de sucre résiduel une fois la fermentation alcoolique terminée. Ce niveau n'est pas automatiquement lié à un niveau élevé de sucre naturel dans le raisin ou encore moins à du sucre ajouté. Le sucre résiduel peut être recherché et obtenu par divers procédés de vinification (vendange tardive, passerillage des grappes, etc.) pour la production de vin doux.

Une fois la ou les fermentations terminées, le vin est stocké dans des cuves en inox (ou en béton) ou dans des fûts de chêne (barriques). Le stockage dans des contenants en bois favorise une très légère oxygénation due à la porosité du bois ainsi que l'apport de tannins et éventuellement d'arômes vanillés selon le degré de chauffe de la barrique. Plus une barrique est neuve et plus sa taille

⁵ Il s'agit de la partie de la cave où a lieu la vinification et/ou le stockage du vin.

⁶ Document de cours en « Introduction à la vinification », Changins, septembre 2012. Notons qu'un facteur de 0,94 doit être ajouté à la première relation pour les vins rouges, pour rendre compte de la perte en alcool liée aux marcs.

⁷ Formule tirée du classeur Agridea CEnologie, fiche 4.05.11, version août 2009.

petite, plus les effets du bois sont perceptibles : une grande barrique implique un rapport de surface de vin en contact avec le bois moins important qu'une petite barrique, ce qui réduit l'effet des échanges avec le bois.

Le vin est ensuite soutiré régulièrement, ce qui permet son oxygénation, puis éventuellement assemblé selon les souhaits du maître de chais. Enfin, le vin peut être mis en bouteille, puis stocké en cave ou mis sur le marché directement, au plus tôt généralement six mois après la vendange.

BIBLIOGRAPHIE

- ADCOCK R., COLLIER D. (2001), «Measurement validity: a shared standard for qualitative and quantitative research», *American political science review*, 95(3), p. 529-546.
- AGROSCOPE CHANGINS-WÄDENSWILL ACW (2011), *Adaptation des cépages aux terroirs viticoles vaudois. Rapport de synthèse. Projet réalisé par l'Association pour l'étude des terroirs viticoles vaudois 2007-2009*, Lausanne: Département fédéral de l'économie (DFE), 120 p.
- ALSAYYAD N. (2001), *Consuming tradition, manufacturing heritage: global norms and urban forms in the age of tourism*, London & New York: Routledge.
- ARCHIVES CANTONALES VAUDOISES (2009), *Inventaire des archives cantonales vaudoises, Cote N° 10, Intitulé: Étude des terroirs viticoles vaudois*, 29 p.
- AUBIN D. (2007), *L'eau en partage : activation des règles dans les rivalités d'usages en Belgique et en Suisse*, Bruxelles: P.I.E. Lang.
- AUBIN D., NAHRATH S., VARONE F. (2004), *Paysage et propriété : patrimonialisation, communautarisation ou pluri-domanialisation*, Cahiers de l'IDHEAP, N° 219, Chavannes-près-Renens: Chaire politiques publiques et durabilité, IDHEAP.
- AUGÉ M. (1992), *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris: Éditions du Seuil.
- BANKS G., OVERTON J. (2010), «Old World, New World, Third World? Reconceptualising the Worlds of Wine», *Journal of Wine Research*, 21(1), p. 57-75.
- BARAGWANATH L., LEWIS Nicolas. (2014), «Waiheke Island», in HOWLAND P. (ed.), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand* (p. 211-226), New York: Routledge.
- BARHAM E. (2002), «Towards a theory of values-based labeling», *Agriculture and Human Values*, 19(4), p. 349-360.
- BARHAM E. (2003), «Translating terroir: the global challenge of French AOC labelling», *Journal of Rural Studies*, 19, p. 127-138.

- BARHAM E. (2011), *Labels of origin for food : local development, global recognition*, Cambridge: CABI.
- BARJOLLE D., CHAPPUIS J.-M. (2000), «Coordination des acteurs dans deux filières AOC. Une approche par la théorie des coûts de transaction», *Économie rurale*, 258(1), p. 90-100.
- BARJOLLE D., JEANNEAUX P., MEYER D. (2011), *Raising rivals' costs strategy and localised agro-food systems in Europe*, Présenté à EAAE 2001 Congress, Change and uncertainty, Challenges for agriculture, food and natural resources, ETH Zurich.
- BARKER J. P. (2004), *Different worlds: law and the changing geographies of wine in France and New Zealand*, Thesis submitted for the degree of Doctorate of Philosophy in Law and Geography, the University of Auckland 2004, 353 p.
- BARKER J., LEWIS N., MORAN W. (2001), Reregulation and the Development of the New Zealand Wine Industry, *Journal of Wine Research*, 12(3), p. 199-222.
- BARTHÉLEMY D., NIEDDU M. (2003), «Multifonctionnalité agricole: biens non marchands ou biens identitaires?», *Économie rurale*, 273(1), p. 103-119.
- BAUDOIN J. (2010), «Le vignoble australien: la gouvernance sans territoire», in HINNEWINKEL (dir.), *La gouvernance des terroirs du vin*, Bordeaux: Féret, p. 165-173
- BELLETTI G., MARESCOTTI A., PAUSS M., RÉVIRON S., DEPPELER A., STAMM H., THÉVENOD-MOTTET. E. (2011), *The effects of Protecting Geographical Indications. Ways and Means of their Evaluation*, N° 7, Berne: Swiss Federal Institute of Intellectual Property, 122 p.
- BENDER G., HOFER R., DUBUIS B., COUCHEPIN P. (2001), *Professions de vin*, Sierre: Éditions Monographic.
- BÉRARD L., MARCHENAY P. (1998), *Les produits du terroir en Europe du Sud. Caractérisation ethnologique, sensorielle et socio-économique de leur typicité. Stratégies de valorisation. Résumé Exécutif*, (Contrat AIR-CT 93-1123), Bruxelles: Commission européenne, Direction générale de l'agriculture, DG 6, p. 2-14.
- BÉRARD L., MARCHENAY P. (2004), *Les produits de terroir. Entre culture et règlements*, Paris: CNRS Éditions.
- BERGER P., LUCKMANN T. (1996), *La Construction sociale de la réalité*, Paris: Armand Colin.
- BEVERLAND M. (2003), «An exploratory investigation into NZ consumer behaviour», *The Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, 18(1), p. 90-98.
- BILLAUX M.-S. (2010), *Le goût du sucre: plaisir et consommation*, Paris: Éditions Autrement.

- BOISSEAUX S. (2012), *Les appellations d'origine et indications géographiques en Suisse, 1990-2006: politisation, institutionnalisation, nouveaux pouvoirs*, Zürich/Chur: Rüegger Verlag.
- BOISSEAUX S., BARJOLLE D. (2004), *La bataille des AOC en Suisse: les appellations d'origine contrôlées et les nouveaux terroirs*, Lausanne: Presses polytechniques et universitaires romandes.
- BOISSEAUX S., LERESCHE J.-P. (2002), «Regional Dynamics and Globalization: the Case of the PDO-PGI Policy in Switzerland», *Swiss Political Science Review*, 8(3-4), p. 35-60.
- BOISSEAUX S., KNOEPFEL P., LAESSLÉ M., TIPPENHAUER L. (2012), *Labellisation du patrimoine: une approche néo-institutionnaliste*, Working paper de l'IDHEAP (10/2012), Chaire politiques publiques et durabilité, Lausanne: IDHEAP.
- BOISSEAUX S., LAESSLÉ M., TIPPENHAUER L., KNOEPFEL P. (2013), «Une approche ressourcielle du patrimoine alimentaire», *Food Geography*, (2), p. 10-21.
- BOLTANSKI L., THÉVENOT L. (1991), *De la justification: les économies de la grandeur*, Paris: Gallimard.
- BONARD Y., FELLI R. (2008), «Patrimoine et tourisme urbain. La valorisation de l'authenticité à Lyon et Pékin», *Articulo- Revue de sciences humaines*, (4), p. 2-13.
- BONROY O., LEMARIÉ S. (2012), «Downstream labeling and upstream price competition», *European Economic Review*, 56(3), p. 347-360.
- BOURDIEU P. (1979), *La distinction: critique sociale du jugement*, Paris: Éditions de Minuit.
- BOURDIEU P. (1980a), *Le sens pratique*, Paris: Éditions de Minuit.
- BOURDIEU P. (1980b), *Questions de sociologie*, Paris: Éditions de Minuit.
- BOURDIEU P. (1990), «Droit et passe-droit», *Actes de la recherche en sciences sociales*, 81(1), p. 86-96.
- BOWEN S. (2010), «Embedding Local Places in Global Spaces: Geographical Indications as a Territorial Development Strategy», *Rural Sociology*, 75(2), p. 209-243.
- BOWEN S. (2011), «The Importance of Place: Re-territorialising Embeddedness», *Sociologia Ruralis*, 51(4), p. 325-348.
- BOWEN S., DE MASTER K. (2011), «New rural livelihoods or museums of production? Quality food initiatives in practice», *Journal of Rural Studies*, 27(1), p. 73-82.
- BRADY A. (2010), *Pinot central: a winemaker's story*, North Shore, N.Z.: Penguin.
- BRAMLEY R. G. V., TROUGHT M. C. T., PRAAT J.-P. (2011), «Vineyard variability in Marlborough, New Zealand: characterising variation in

- vineyard performance and options for the implementation of Precision Viticulture: Precision Viticulture – Marlborough», *Australian Journal of Grape and Wine Research*, 17(1), p. 72-78.
- BRENNER N. (2004), *New state spaces, urban governance and the rescaling of statehood*, Oxford & New York: Oxford University Press.
- BRÉTHAUT C. (2011), *Analyse comparée des régimes institutionnels des services urbains de l'eau dans les stations touristiques: le cas de Crans-Montana (Suisse), une illustration du modèle de gestion «public local fort»*, Sion: IUKB - UER Tourisme.
- BROMLEY D. (1989), *Economic interests and institutions: the conceptual foundations of public policy*, New York: Basil Blackwell.
- BROMLEY D. (1991), *Environment and Economy: Property rights and Public Policy*, Oxford/Cambridge: Blackwell.
- BROMLEY D. (1992), «The commons, common property, and environmental policy», *Environmental and Resource Economics*, 2(1), p. 1-17.
- BROWER A. (2015), *The price of ecological values in South Island high country land reform*, Presentation at the research seminar of the School of Environment, University of Auckland, August 11th 2015.
- BRUNO I. (2008), «La recherche scientifique au crible du benchmarking. Petite histoire d'une technologie de gouvernement», *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 5(55-4bis), p. 28-45.
- CAMAGNI R., MAILLAT D., MATTEACCIOLI A. (2004), *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*, Neuchâtel [France]: Éditions EDES.
- CARPENTER M., LARCENEUX F. (2008), «Label equity and the effectiveness of values-based labels: an experiment with two French Protected Geographic Indication labels», *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), p. 499-507.
- CASTELLANO S., KHELLADI I. (2015), «Influence du territoire sur la légitimité et le prix : le cas du secteur viti-vinicole français», *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, (5), p. 801-828.
- CATRY B. (2009), *Viti 2015. Stratégie vitivinicole valaisanne à l'horizon 2015*, HEC-UNIL.
- CHAPPUIS J.-M. (2002), *Les accords interprofessionnels dans les filières d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) et la politique de la concurrence*, EPFZ, Zurich.
- CHAPPUIS J.-M., BARJOLLE D., EGGENSCHWILER C. (2008), *L'agriculture dans son nouveau rôle*, Lausanne: Presses polytechniques et universitaires romandes.
- CHEVALLIER D. (2004), «Produits, pays, paysages entre relance et "labellisation" », In DIMITRIJEVIC D. (dir.), *Fabrication de traditions, invention de modernité*, Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, p. 275-286.

- CHEW M. (2009), «Cultural sustainability and heritage tourism: problems in developing bun festival tourism in Hong Kong», *Journal of sustainable development*, 2(3), p. 34-42.
- CHIFFOLEAU Y. (1998), «La «Révolution qualité» en milieu coopératif viticole languedocien», *Pôle Sud*, 9(1), p. 111-124.
- CHIVA I. (1994), *Une politique pour le patrimoine culturel rural. Rapport présenté à M. Jacques Toubon, ministre de la Culture et de la Francophonie. Avril 1994*, Paris: Mission du patrimoine ethnologique.
- CMED (Commission mondiale sur l'environnement et le développement) (1988), *Notre avenir à tous*, Montréal: Les Éditions du Fleuve.
- COELHO A. M. J. O., RASTOIN J.-L. (2001), «Globalisation du marché du vin et stratégies d'entreprise», *Économie rurale*, 264(1), p. 16-34.
- CONSEIL D'ÉTAT (2000), *Stratégie pour l'avenir à moyen et à long terme de la viti-viniculture valaisanne. Rapport du groupe de viti-viniculture Valais 2006 (Synthèse)*, Conseil d'État valaisan.
- CONSEIL D'ÉTAT (2014), «Catalogue de mesures de politique agricole valaisanne», Disponible à : https://www.vs.ch/documents/180911/731440/Catalogue_de_mesures.pdf/82f1eb23-9055-4cc1-aaf5-f52f289aa327.
- CONSEIL FÉDÉRAL (1991), *Message relatif à l'arrêté fédéral sur la viticulture, du 25 novembre 1991*, Feuille fédérale, 1992, 1, p. 437-491.
- CONSEIL FÉDÉRAL (1992), *Septième rapport sur la situation de l'agriculture suisse et la politique agricole de la Confédération* (N° RS 92.011), FF 1992 II 140.
- CONSEIL FÉDÉRAL (1996), *Rapport sur la politique économique extérieure 96/1+2 et Messages concernant des accords économiques internationaux ainsi que des modifications de la liste d'engagements de la Suisse notifiée à l'OMC et de la loi sur le tarif des douanes* (RS 97.002), FF 1997 II 261.
- CONSEIL FÉDÉRAL (2006), *Message concernant l'évolution future de la politique agricole (Politique agricole 2011) du 17 mai 2006*, FF n° 29, 25 juillet 2006, p. 6027-6288 (N° 06.038).
- COSTANIGRO M., McCLUSKEY J. J., MITTELHAMMER R. C. (2007), «Segmenting the Wine Market Based on Price: Hedonic Regression when Different Prices mean Different Products», *Journal of Agricultural Economics*, 58(3), p. 454-466.
- COUDERC J.-P., HANNIN H., D'HAUTEVILLE F., MONTAIGNE E. (2007), *Bacchus 2008: enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole*, Paris: Dunod.
- COWA (1999), *Constitution of the Central Otago Winegrowers Association Incorporated* (1999).
- CSIKOS P. (2010), *Analyse historique du régime institutionnel du secteur aérien en Suisse (1899-2009)*, Sion: IUKB-UER Tourisme.

- DE BUREN G. (2011), *La régulation des interdépendances entre la forêt et l'eau potable en France. Études de cas sur le site du Mont Forchat (projet Alpeau)*, Working paper de l'IDHEAP, 6/2011, Lausanne: IDHEAP- Chaire politiques publiques et durabilité.
- DE BUREN G. (2012), *La régulation des interdépendances entre les forêts et l'eau potable en Suisse; étude de cas sur le site de La Côte*, Working paper de l'IDHEAP, 9/2012, Lausanne: IDHEAP- Chaire politiques publiques et durabilité.
- DE BUREN G. (2014), *La gestion des services environnementaux: entre règles et régulation négociée. Six études de cas de services forestiers pour la production d'eau potable dans trois pays*, thèse de doctorat en administration publique, IDHEAP, Université de Lausanne, juillet 2014.
- DE BUREN G. (2014), *La gestion des services environnementaux: entre règles et régulation négociée. Six études de cas de services forestiers pour la production d'eau potable dans trois pays*, (thèse de doctorat présentée pour l'obtention du grade de docteur en administration publique), Université de Lausanne.
- DE FOSSEY A. (2004), *Changement du régime institutionnel du paysage. Le cas du Lavaux (VD)*, Working paper de l'IDHEAP 13/2004, Chavannes-près-Renens: IDHEAP - Chaire politiques publiques et durabilité.
- DÉCRET n° 2009-1252, *Cahier des charges de l'appellation d'origine contrôlée « bourgogne »*, JORF n° 0242 du 18 octobre 2009, p. 17246 (2009).
- DFE & DFI (2008), *Rapport cépages*, Berne: Département fédéral de l'économie – Office fédéral de l'agriculture, Département fédéral de l'intérieur – Office fédéral de la santé publique.
- DI MÉO G. (1995), « Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle », *Espaces et sociétés. Méthodes et enjeux spatiaux*, (78), p. 15-34.
- DIMITRIJEVIC D. (2004), « Introduction », in *Fabrication de traditions, invention de modernité*, Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, p. 9-21.
- DITTER J.-G., BROUARD J. (2012), « Institutions et territoires du vin en France: le cas de l'AOC Cahors », *Géographie, économie, société*, 14(3), p. 303-325.
- DOMENICONI E., SCHNEIDER J., RABOUD-SCHÜLE I. (2010), « L'attachement à la vigne: la transmission du savoir et du patrimoine » in *Vignes et viticulteurs de montagne. Histoire, pratiques, savoirs et paysages*, Sion: Archives de l'État du Valais, Cahiers de Vallesia n° 22, p. 277-290.
- DUNLEAVY T. (2010), « Complexity – NZ Fine Wine » aims at high ends US », *Winegrowers magazine*, September 2010, p. 20-27.
- EMERY S. (2001), *Rapport INTERREG II (2001). Enquête sur l'avenir de la viticulture dans les régions alpines et élaboration de propositions opérationnelles pour prévenir et résoudre le problème des abandons. Le Valais. Projet présenté dans le cadre du programme INTERREG II, septembre 2001*, Châteauneuf: Chambre valaisanne d'agriculture.

- FAURE M. (1998), «Patrimonialisation des productions fromagères dans les Alpes du Nord: savoirs et pratiques techniques», *Revue de géographie alpine*, 86(4), p. 51-60.
- FAURE M. (1999), «Un produit agricole “affiné” en objet culturel. Le fromage beaufort dans les Alpes du Nord», *Terrain*, (33), p. 2-14.
- FENELEY R. (2013), *Kiwifruit, sweat and cat's pee*, The Marlborough Express, 16 February 2013.
- FORBES S. L. (2012), «The influence of gender on wine purchasing and consumption: An exploratory study across four nations», *International Journal of Wine Business Research*, 24(2), p. 146-159.
- FRANÇOIS H., HIRCZAK M., SENIL N. (2006), «Territoire et patrimoine: la co-construction d'une dynamique et de ses ressources», *Revue d'économie régionale et urbaine*, (5), p. 683-700.
- FRUITION HORTICULTURE (2013), *Viticulture Monitoring 2013*, New Zealand Wine, Auckland, 2013, 20 p.
- GAY D. (1985), *Le statut du vin : étude de la législation vitivinicole*, Lausanne: Payot.
- GENIEYS W. (1998), «Le retournement du Midi viticole», *Pôle Sud*, 9(1), p. 7-25.
- GEORGE A. L., BENNETT A. (2005), *Case studies and theory development in the social sciences*, Cambridge, Mass: MIT Press.
- GERBER J.-D. (2006), *Structures de gestion des rivalités d'usage du paysage: une analyse comparée de trois cas alpins*, Zurich & Chur: Rüegger Verlag.
- GERBER J.-D., KNOEPFEL P., NAHRATH S., VARONE F. (2009), «Institutional Resource Regimes: Towards sustainability through the combination of property-rights theory and policy analysis», *Ecological Economics*, 68(3), p. 798-809.
- GERRING J. (2001), *Social science methodology : a criterial approach*, Cambridge: Cambridge University Press.
- GERRING J. (2004), «What is a case study and what is it good for?», *American political science review*, 98(2), p. 341-354.
- GERRING J. (2007), *Case study research: principles and practices*, New York: Cambridge University Press.
- GERTLER M. S. (1995), ««Being There»: Proximity, Organization, and Culture in the Development and Adoption of Advanced Manufacturing Technologies», *Economic Geography*, 71(1), p. 1-26
- GILLY J.-P., WALLET F. (2001), «Forms of Proximity, Local Governance and the Dynamics of Local Economic Spaces: The Case of Industrial Conversion Processes», *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(3), p. 553-570.

- GOODE J. (2012), *The Science of Sauvignon Blanc*, London: Flavour Press, 134 p. (Kindle Édition).
- GORDON D. V., HANNESSON R., KERR W. A. (1999), «What is a Commodity? An Empirical Definition Using Time Series Econometrics», *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 10(2), p. 1-29.
- GRAHAM B., TUNBRIDGE J. E., ASHWORTH G. J. (2002), *A geography of heritage power, culture and economy*, London: Arnold.
- GRAVARI-BARBAS M., VESCHAMBRE V. (2003), «Patrimoine: derrière l'idée de consensus, les enjeux d'appropriation de l'espace et des conflits», in MELÉ P., LARRUE C., ROSEMBERG M., *Conflits et territoires*, Tours: Presses universitaires François Rabelais.
- GRUNDY K. J., GLEESON B. J. (1996), «Sustainable management and the market. The politics of planning reform in New Zealand», *Land Use Policy*, 13(3), p. 197-211,
- GUTHMAN J. (2004a), «Back to the land: the paradox of organic food standards», *Environment and Planning A*, 36(3), p. 511-528.
- GUTHMAN J. (2004b), «The Trouble with "Organic Lite", in California: a Rejoinder to the "Conventionalisation" Debate», *Sociologia Ruralis*, 44(3), p. 301-316.
- GUTHMAN J. (2007), «The Polanyian Way? Voluntary Food Labels as Neoliberal Governance», *Antipode*, 39(3), p. 456-478.
- HALL M. C., BAIRD T. (2014a), «Architecture, positioning and vulnerability in the global marketplace», in HOWLAND P. (éd.), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand*, London; New York: Routledge, p. 105-119.
- HALL M. C., BAIRD T. (2014b), «New Zealand wine and environmental sustainability», in HOWLAND P. (éd.), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand*, London: New York: Routledge, p. 58-70.
- HALL P. A., TAYLOR R. C. R. (1997), «La science politique et les trois néo-institutionnalismes», *Revue française de science politique*, 47(3), p. 469-496.
- HARDIN G. (1968), «The Tragedy of the Commons», *Science*, 162(3859), p. 1243-1248.
- HARDING S. (1999), «Value, Obligation and Cultural Heritage», *Arizona State Law Journal*, 31, p. 291-354.
- HAYWARD D., LEWIS N. (2008), «Regional dynamics in the globalising wine industry: the case of Marlborough, New Zealand», *The Geographical Journal*, 174(2), p. 124-137.
- HEDSTRÖM P., YLIKOSKI P. (2010), «Causal Mechanisms in the Social Sciences», *Annual Review of Sociology*, 36(1), p. 49-67.

- HERTZ E., GONSETH M.-O. (2008), « Quelques réflexions anthropologiques sur un territoire émergent », *Bulletin de l'Académie suisse des sciences humaines*, (2), p. 38-41.
- HESS C., OSTROM E. (2003), « Ideas, Artifacts, and Facilities: Information as a Common-Pool Resource », *Law and Contemporary Problems*, 66(1/2), p. 111-145.
- HEYNE N., ROBBINS P. (2005), « The neoliberalization of nature: Governance, privatization, enclosure and valuation », *Capitalism Nature Socialism (after Jan 1, 2004)*, 16(1), p. 5-8.
- HINNEWINKEL J.-C. (2004), « Les AOC dans la mondialisation », *Anthropology of food (Online)*, 3, Consulté à l'adresse <http://aof.revues.org/index247.html>
- HINNEWINKEL J.-C., VELASCO-GRACIET H. (2005), « Les vins de l'hémisphère Sud et la mondialisation de la planète vitivinicole », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, (231-232), p. 267-280.
- HINNEWINKEL J.-C. (dir.) (2010), *La gouvernance des terroirs du vin: entre local et mondial, au Nord comme au Sud*, Bordeaux : Féret.
- HINNEWINKEL J.-C., LE GARS C. (éd.) (2002), *Les territoires de la vigne et du vin. Actes du colloque organisé par le Centre d'études et de recherche sur la vigne et le vin (Cervin)*, Bordeaux : Éditions Féret.
- HOBBSAWM E. J., RANGER T. O. (1983), *The Invention of tradition*, Cambridge & New York: Cambridge University Press.
- HOWLAND P. (2014), « Wines of distinction. From elite refinement to reflexive democratization », in HOWLAND P. (éd.), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand*, New York: Routledge, p. 175-190
- HOWLAND P. (2014a), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand*, New York: Routledge.
- HOWLAND P. (2014b), « Wines of distinction. From elite refinement to reflexive democratization », in HOWLAND P. (éd.), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand*, New York: Routledge, p. 175-190
- HUGHEY K. F. D., TAIT S. V., O'CONNELL M. J. (2005), « Qualitative evaluation of three 'environmental management systems' in the New Zealand wine industry », *Journal of Cleaner Production*, 13(12), p. 1175-1187.
- HURTER U. (éd.) (2014), *Agriculture for the future: biodynamic agriculture today: 90 years since Koberwitz*, Dornach: Verlag am Goetheanum.
- ICOMOS (2005), *Les paysages culturels viticoles dans le cadre de la Convention du Patrimoine mondial de l'Unesco. Juillet 2005*, ICOMOS (Conseil international des monuments et des sites), 175 p.
- INAO (2006), *AOC et Paysages*. Montreuil-sous-bois: INAO (Institut national de l'origine et de la qualité), 75 p.

- IPI (2011), *The Effects of Protecting Geographical Indications Ways and Means of their Evaluation* (vol. 7), Institut fédéral de la propriété intellectuelle.
- IVV (2005), *Règlement de contrôle Grand cru, du 8 novembre 2005*, Interprofession de la vigne et du vin du Valais (IVV).
- IVV (2012), *Rapport d'activité 2011*, Interprofession de la vigne et du vin du Valais (IVV).
- JENNAR R. M. (2007), *Menaces sur la civilisation du vin*, Bruxelles: Aden.
- JOBERT B., MULLER P. (1987), *L'État en action. Politiques publiques et corporatismes*, Paris: Presses universitaires de France.
- JOHNSON H., ROBINSON J. (2008), *L'atlas mondial du vin*, Paris: Flammarion.
- JOSLING T. (2006), «The War on Terroir: Geographical Indications as a Transatlantic Trade Conflict», *Journal of Agricultural Economics*, 57(3), p. 337-363.
- JULLIEN B., SMITH A. (2004), «Comment analyser les Indications géographiques protégées sans préjuger de leurs singularités. Proposition d'un cadre d'analyse conventionnaliste et application aux cas des Volailles fermières des Landes et du jambon de Bayonne», *Cahiers du GRES*, 2004(7), p. 1-39.
- KEBIR L. (2006), «Ressource et développement régional, quels enjeux?», *Revue d'économie régionale et urbaine*, (5), p. 701-723.
- KEBIR L. (2010), «Pour une approche institutionnelle et territoriale des ressources», in MAILLEFERT M., PETIT O., ROUSSEAU S. (dir.), *Ressources, patrimoine, territoire et développement durable*, Bruxelles: Peter Lang.
- KING G., KEOHANE R. O., VERBA S. (1994), *Designing social inquiry: scientific inference in qualitative research*, Princeton, N.J: Princeton University Press.
- KNOEPFEL P. (2003), *Begrenzen um mehr zu erreichen : Kontingente als Instrumente der Umwelt- und Raumordnungspolitik : Wissenschaftliche Kommentare = Limiter mieux pour obtenir plus : les contingentements - instruments de la politique de l'environnement et de l'organisation du territoire : commentaires scientifiques*, Berne: Office fédéral du personnel.
- KNOEPFEL P. (2007), *Environmental Policy Analysis: Learning from the Past for the Future – 25 Years of Research*, Berlin: Springer.
- KNOEPFEL P., NAHRATH S. (2005), «Pour une gestion durable des ressources urbaines: des politiques de protection de l'environnement vers les régimes institutionnels de ressources naturelles (RIRN)», in DA CUNHA A., KNOEPFEL P., LERESCHE J.-P., NAHRATH S. (éd.), *Enjeux du développement urbain durable: transformations urbaines, gestion des ressources et gouvernance*, Lausanne: PPUR presses polytechniques, p. 199-255.
- KNOEPFEL P., IMESCH J., BONNEFOND M., LARRUE C. (2011), *Conceptual framework for studies on local regulatory arrangements (LRA) for selected (new) activities in rural areas*, Working paper de l'IDHEAP, Lausanne: IDHEAP - Chaire politiques publiques et durabilité.

- KNOEPFEL P., KISSLING-NÄF I., VARONE F. (2001), *Institutionelle Regime für natürliche Ressourcen : Boden, Wasser und Wald im Vergleich*, Bâle: Helbing & Lichtenhahn.
- KNOEPFEL P., KISSLING-NÄF I., VARONE F. (2003), *Institutionelle Regime natürlicher Ressourcen in Aktion*, Bâle: Helbing & Lichtenhahn.
- KNOEPFEL P., LARRUE C., VARONE F. (2006), *Analyse et pilotage des politiques publiques*, Zurich & Chur: Rüegger Verlag.
- KNOEPFEL P., SCHENKEL W., SAVARY J. (2007), *Nutzung der natürlichen Ressourcen steuern / Piloter l'usage des ressources naturelles*, Chavannes-près-Renens: IDHEAP.
- LAESSLÉ M. (2012), *Production locale de valeurs par la vigne et le vin: cadre conceptuel en termes de ressource*, Working paper de l'IDHEAP (13/2012), Chavannes-près-Renens: IDHEAP- Chaire politiques publiques et durabilité.
- LAESSLÉ M. (2014), *Construction locale des valeurs du vin : une analyse en termes de ressource. Les cas de Fully et de Chamoson, à l'ombre de la politique nationale et à la lumière du contexte valaisan*, Working paper de l'IDHEAP (8/2014), Lausanne: IDHEAP- Unité politiques publiques et durabilité.
- LAESSLÉ M. (2015), «Valeurs, rivalités locales et créativité institutionnelle dans la vie de deux appellations de vin suisses», *Espaces et sociétés*, 162(3), p. 147-162.
- LAESSLÉ M. (2016), *Comment le Nouveau Monde fait-il pousser du vin? Analyse des arrangements institutionnels locaux dans le domaine vitivinicole en Nouvelle-Zélande*, Working paper de l'IDHEAP (1/20126), Lausanne: Université de Lausanne, IDHEAP- Unité politiques publiques et durabilité.
- LAESSLÉ M., SCHWEIZER R., TIPPENHAUER L. (2016), «Rivalités et arrangements: la reconfiguration des institutions locales en milieu rural. Trois études de cas en Suisse», in DEDEIRE M., SOURISSEAU J.-M., BONNAL P., CHEVALIER P. (dir.), *Production et circulation des normes pour l'action territoriale*, Collection Territoire en mutation, Montpellier: Presses universitaires de la Méditerranée.
- LAFERTÉ G. (2002), «La production d'identités territoriales à usage commercial dans l'entre-deux-guerres en Bourgogne», *Cahiers d'économie et de sociologie rurales*, (62), p. 66-95.
- LAFERTÉ G. (2003), «La mise en folklore des vins de Bourgogne : la «Paulée» de Meursault», *Ethnologie française*, 33(3), p. 435-442.
- LAPORTE C. (2001), *L'Appellation d'origine contrôlée: une solution efficiente pour résoudre le problème de l'asymétrie d'information sur le marché de vins de qualité?*, Working paper de l'UMR INRA-ENESAD (05/2001), Dijon: INRA-ENESAD.
- LASCOUMES P., LE GALÈS P. (dir.) (2004), *Gouverner par les instruments*, Paris: Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.

- LEHMANN B., STUCKI E., CLAYMAN N., MIÉVILLE-OTT V., RÉVIRON S., ROGNON P. (2000), *Vers une agriculture valaisanne durable*, Institut d'économie rurale, École polytechnique fédérale de Zürich (IER-AR/EPFZ).
- LEWIS N. (2014), «Beyond the flawed narratives of a crisis of oversupply. A conceptual fix for New Zealand wine», in HOWLAND P. (éd.), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand*, New York: Routledge, p. 86-102.
- LEWIS N., MORAN W., PERRIER-CORNET P., BARKER J. (2002), «Territoriality, enterprise and réglementation in industry governance», *Progress in Human Geography*, 26(4), p. 433-462.
- LOGAN J. R., MOLOTCH H. (1987), *Urban fortunes: the political economy of place*, Berkeley, CA: University of California Press.
- LONGO S. B., CLAUSEN R. (2011), «The Tragedy of the Commodity: The Overexploitation of the Mediterranean Bluefin Tuna Fishery», *Organization & Environment*, 24(3), p. 312-328.
- LOULANSKI T. (2007), «Revising the Concept for Cultural Heritage: The Argument for a Functional Approach», *International Journal of Cultural Property*, 13(2), p. 207-233.
- LPM (2014), *Rapport annuel*, Grandvaux: Association Lavaux Patrimoine mondial.
- M.I.S TREND. (2008), *Étude sur le marché du vin en Suisse: notoriété, habitudes de consommation et d'achat, image*, réalisée pour Swiss Wine Promotion.
- MAHONEY J., GOERTZ G. (2006), «A Tale of Two Cultures: Contrasting Quantitative and Qualitative Research», *Political Analysis*, 14(3), p. 227-249.
- MAILLEFERT M., PETIT O., ROUSSEAU S. (2010), *Ressources, patrimoine, territoires et développement durable*, Bruxelles & Bern & Berlin: P.I.E.-P. Lang.
- MARIE-VIVIEN D., THÉVENOD-MOTTET E. (2007), «Une décision de l'organe de règlement des différends de l'OMC. Quels impacts pour la protection internationale des indications géographiques?», *Économie rurale*, 299, p. 58-69.
- MARTIN J.-C. (2007), «Terroir et stratégies du négoce dans la filière vitivinicole: une approche historique», in COUDERC J.-P., HANNIN H., D'HAUTEVILLE F., MONTAIGNE E. (dir.), *Bacchus 2008. Enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole*, Paris: Dunod, p. 19-36.
- MARX K. (1946), *Le capital*, Paris: Costes.
- MAYNTZ R., SCHARPF F. W. (2001), «L'institutionnalisme centré sur les acteurs», *Politix*, 14(55), p. 95-123.
- MICOU D. (2004), «Des patrimoines aux territoires durables. Ethnologie et écologie dans les campagnes françaises», *Ethnologie française*, 1(34), p. 13-22.
- MIKIC M. (1998), *The Impact of Liberalisation: Communicating with APEC Communities - Wine Industry in New Zealand*, Singapore: APEC Secretariat.

- MITCHELL T. (2001), «Making the Nation: the politics of heritage in Egypt», in *Consuming tradition, manufacturing heritage: global norms and urban forms in the age of tourism*. London & New York: Routledge, p. 212-239.
- MOLLARD A. (2001), «Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique à partir de la rente», *Économie rurale*, 263(1), p. 16-34.
- MONACHON S. (2011), *Modification du dispositif des AOC viticoles du canton de Vaud: pouvoir et jeu des acteurs*, mémoire de master en politiques et management publics, présenté par Samuel Monachon, direction Stéphane Boisseaux et Jean-Philippe Leresche. Lausanne: Université de Lausanne, IDHEAP.
- MOOR P. (1985), *Agriculture*, Lausanne: Presses polytechniques romandes.
- MULLER P. (2000), «L'analyse cognitive des politiques publiques: vers une sociologie politique de l'action publique», *Revue française de science politique*, 50(2), p. 189-208.
- MURISIER F., BRIGUET C. (2004), «Études des terroirs viticoles vaudois», *Revue suisse Vitic. Arboric. Hortic.*, vol. 36 (4), 36(4), p. 1-20.
- MURRAY W. E., OVERTON J. (2011a), «Defining Regions: the making of places in the New Zealand wine industry», *Australian Geographer*, 42(4), p. 419-433.
- MURRAY W. E., OVERTON J. (2011b), «Divergent pasts, parallel futures? Between competition and co-operation in the Argentinian, Chilean and New Zealand wine sector», *Journal of New Zealand Studies*, (11), p. 171-190.
- NAHRATH S. (2003), *La mise en place du régime institutionnel de l'aménagement du territoire en Suisse entre 1960 et 1990*, Chavannes-près-Renens: IDHEAP-Université de Lausanne.
- NATIONAL RESEARCH COUNCIL (2002), *The drama of the commons*, Committee on the human dimensions of global change, Washington (D.C.): National Academy Press.
- NEW ZEALAND HERALD (2012), *Winery closure won't be last*, New Zealand Herald, June 14th 2012.
- NEWT J., WOODS C., LEWIS N. (2011), *Strategic development plan for Central Otago winegrowers*, Auckland: Coal-Spud Consultants, 40 p.
- NICOL L. (2009), *Institutional Regimes for Sustainable Collective Housing*, Chavannes-près-Renens: IDHEAP-Université de Lausanne.
- NICOL L., KNOEPFEL P. (2008), «Institutional Regimes for Sustainable Collective Housing Stocks», *Swiss Political Science Review*, 14(1), p. 157-180.
- NORTH D. (1990), *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.
- NORTH D. (1992), «Institutions and Economic Theory», *The American Economist*, 36(1), p. 3-6.

- NORTH D. (1994), Institutions Matter. *Economic History*, consulté à l'adresse <http://ideas.repec.org/p/wpa/wuwpeh/9411004.html>
- NOSSITER J. (2007), *Le goût et le pouvoir*, Paris: Grasset.
- NZTE (2014), Annual report, Auckland: New Zealand Trade & Enterprise.
- NZW (1990), *New Zealand Wine Growers*, Annual report, Auckland.
- NZW (2005), *New Zealand Wine Growers*, Annual report, Auckland.
- NZW (2013), *New Zealand Wine Growers*, Annual report, Auckland.
- NZW (2014), *New Zealand Wine Growers*, Annual report, Auckland.
- OFAG (1996), *L'année viticole 1994/1995*, Berne: Office fédéral de l'agriculture.
- OFAG (2010), *L'année viticole 2010*, Berne: Office fédéral de l'agriculture.
- OFAG (2013), *L'année viticole 2012*, Berne: Office fédéral de l'agriculture.
- OFAG (2014), *L'année viticole 2013*, Berne: Office fédéral de l'agriculture.
- OFFICE CANTONAL DE LA VITICULTURE ET DE LA PROMOTION (2012), *Contrôle officiel de la vendange*, Canton de Vaud: Service de l'agriculture.
- OFFICE CANTONAL DE LA VITICULTURE ET DE LA PROMOTION (2014), *Registre cantonal des vignes*, Canton de Vaud: Service de l'agriculture.
- OFFICE DE LA VITICULTURE (2010), *Situation et évolution de l'encépagement du vignoble valaisan*, Registre des vignes au 31 décembre 2010, Sion: Office cantonal de la viticulture
- OFFICE DE LA VITICULTURE (2011), *Rapport vendanges 2010*, Sion: Service de l'agriculture du canton du Valais.
- OFFICE DE LA VITICULTURE (2012a), *Rapport vendanges 2011*, Sion: Service de l'agriculture du canton du Valais.
- OFFICE DE LA VITICULTURE (2012b), *Registre cantonal des vignes 2012. Extrait envoyé par mail le 23 novembre 2012*, Sion: Service de l'agriculture du canton du Valais.
- OFFICE FÉDÉRAL DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL (2014), *Aspects sociaux du développement durable. Bases pour l'évaluation de la durabilité des projets*, ARE.
- OKAMOTO M., DAN I. (2013), « Extrinsic information influences taste and flavor perception: A review from psychological and neuroimaging perspectives », *Seminars in Cell & Developmental Biology*, 24(3), p. 247-255.
- OLGIATI M. (2011), *Nouveau regard sur l'information documentaire publique*, Zurich & Chur: Rügger Verlag.
- OLSON M. (2011), *Logique de l'action collective*, Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles.
- ORAM R. (2004), *Pinot pioneers: tales of determination and perseverance from Central Otago*, Auckland, N.Z.: New Holland.
- OSTROM E. (1999), « Revisiting the Commons: Local Lessons, Global Challenges », *Science*, 284(5412), p. 278-282.

- OSTROM E. (2000), «Reformulating the Commons», *Swiss Political Science Review*, 6(1), p. 29-52.
- OSTROM E. (2010), *Gouvernance des biens communs*, Bruxelles: De Boeck.
- OSTROM E., GARDNER R., WALKER J. (1994), *Rules, games, and common-pool resources*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- OVERTON J., MURRAY W. (2010), «Playing the scales: Regional transformations and the differentiation of rural space in the Chilean wine industry», *Journal of Rural Studies*, 27(1), p. 63-72
- OVERTON J., HEITGER J. (2008), «Maps, markets and Merlot: The making of an antipodean wine appellation», *Journal of Rural Studies*, 24(4), p. 440-449.
- OVERTON J., MURRAY W. E. (2013), «Class in a Glass: Capital, Neoliberalism and Social Space in the Global Wine Industry», *Antipode*, 45(3), p. 702-718.
- OVERTON J., MURRAY W. E. (2014a), «Boutique and behemoths. The transformation of the New Zealand wine industry 1990-2012», in HOWLAND P. (éd.), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand*, New York: Routledge, p. 26-40.
- OVERTON J., MURRAY W. E. (2014b), «Finding a place for New Zealand wine. Terroir and regional denominations», in HOWLAND P. (éd.), *Social, cultural and economic impacts of wine in New Zealand*, New York: Routledge, p. 41-57.
- PAQUETTE J., LACASSAGNE A. (2008), «Terroir, politique et construction identitaire: le marketing public du vin en Ontario», *Market Management*, 8(2), p. 74-90.
- PARVEX F., TURIEL A. (2001), *Améliorations de structures agricoles et paysagères dans les périmètres viticoles. Sauvegarde des murs en pierres sèches et du vignoble en terrasses valaisan*, Association suisse pour le service aux régions et communes (SEREC), Châteauneuf: Service de l'agriculture de l'État du Valais.
- PATTON M. Q. (1990), *Qualitative evaluation and research methods*, Newbury Park, Calif: Sage Publications.
- PAUSS M., RÉVIRON S. (2010), «Mesure de l'impact territorial d'initiatives agroalimentaires. Enseignement de deux cas suisses», *Économie rurale*, 315, p. 28-45.
- PECQUEUR B. (2006), «Le tournant territorial de l'économie globale», *Espace et société*, (124-125), p. 17-32.
- PECQUEUR B., LAJARGE R. (2012), *Ressources territoriales. Politiques publiques et gouvernance. Rapport scientifique de fin de projet*, Programme PSDR 3, Grenoble.
- PECQUEUR B., ZIMMERMANN J.-B. (2004), *Économie de proximités*, Paris: Lavoisier.

- PERRIER-CORNET P., SYLVANDER B. (2000), «Firmes, coordinations et territorialité. Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine», *Économie rurale*, 258(1), p. 79-89.
- PEYRACHE-GADEAU V. (2010), «Renouvellement des ressources et diversité des durabilités territoriales», in MAILLEFERT M., PETIT O., ROUSSEAU S. (dir.), *Ressources, patrimoine, territoire et développement durable*, Bruxelles: P.I.E. Peter Lang, p. 237-254.
- PEYRACHE-GADEAU V., PECQUEUR B. (2004), «Les ressources patrimoniales: une modalité de valorisation par les milieux innovateurs de ressources spécifiques latentes ou existantes», in CAMAGNI R., MAILAT D., MATTEACCIOLI A. (éd.), *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*, Neuchâtel: Éditions EDES, p. 71-89.
- PINEAU B., TROUGHT M. C. T., STRONGE K., BERESFORD M. K., WOHLERS M. W., JAEGER S. R. (2011), «Influence of fruit ripeness and juice chaptalisation on the sensory properties and degree of typicality expressed by Sauvignon Blanc wines from Marlborough, New Zealand», *Australian Journal of Grape and Wine Research*, 17(3), p. 358-367.
- POLANYI K. (2004), *La grande transformation: aux origines politiques et économiques de notre temps*, Paris: Gallimard.
- POLANYI K. (2007), «Le sophisme économiste», *Revue du MAUSS*, 29(1), p. 63-79.
- PRINCE R., LEWIS N. (2013), «“Quality” as a governmental rationality in New Zealand wine», *EchoGéo*, (23), (en ligne) <http://echogeo.revues.org/13349>.
- PwC (2011), «New Zealand Winegrowers Strategic Review», November 2011, Auckland, N.Z.: PricewaterhouseCoopers, 39 p.
- RABOUD-SCHÜLE I. (2010), «Vigne et vin en Valais: les connaissances actuelles de l'ethnologie», in *Vignes et viticulteurs de montagne. Histoire, pratiques, savoirs et paysages*, (Cahiers de Vallesia n° 22, p. 291-299), Sion: Archives de l'État du Valais.
- RAGIN C. C. (2000), *Fuzzy-set social science*, Chicago: University of Chicago Press.
- RAGIN C. C., BECKER H. S. (1992), *What is a case?: exploring the foundations of social inquiry*, Cambridge [England]; New York: Cambridge University Press.
- RAIKES P., FRIIS JENSEN M., PONTE S. (2000), «Global commodity chain analysis and the French filière approach: comparison and critique», *Economy and Society*, 29(3), p. 390-417.
- RAPPORT SIGALES (2007), *Étude des terroirs viticoles valaisans. Étude géo-podologique, partie générale, méthodologie*, Sion: Office cantonal de la viticulture, Interprofession de la vigne et du vin du Valais, p. 123.

- RÉVIRON S. (2006), *Accroître la valeur des filières durables de produits agricoles en Valais à l'horizon 2011*, Zürich: ETH.
- RÉVIRON S., CORNAZ C., BARDET L., BAUDRAZ F., BEZENÇON M., DUGON J., PAUS M. (2011), *Valorisation des produits des filières agricoles vaudoises. Rapport final*, Lausanne: Agridea.
- RICARD D. (1998), « Produits de terroirs et normes de fabrication. Les fromages d'AOC face aux nouvelles exigences sanitaires », *Revue de géographie alpine*, 86(4), p. 103-114.
- ROBERTSON W. A. (1993), « New Zealand's new legislation for sustainable resource management. The resource management act 1991 », *Land Use Policy*, 10(4), p. 303-311
- RODEWALD R., KNOEPFEL P. (2005), *Institutionelle Regime für nachhaltige Landschaftsentwicklung. Régimes institutionnels pour le développement durable du paysage*, Zürich/Chur: Rüegger Verlag.
- ROGER A. (2010), « Constructions savantes et légitimation des politiques européennes. La circulation des savoirs sur la vigne et le vin », *Revue française de science politique*, 60(6), p. 1091-1113.
- ROUSSET S. (2004), *Qualité et coordination économique dans les industries agroalimentaires. Analyse institutionnelle comparée de l'industrie du vin en Bourgogne, Californie et Nouvelle-Zélande*, Université de Bourgogne.
- ROUSSET S., TRAVERSAC J.-B. (2006), « Des raisins et des hommes : la régulation institutionnelle dans la dynamique des vins AOC », *Les annales des mines - Gérer et comprendre*, (84), p. 44-55.
- RUFFIEUX B., VALCESCHINI E. (1996), « Biens d'origine et compétence des consommateurs : les enjeux de la normalisation dans l'agro-alimentaire » *Revue d'économie industrielle*, 75(1), p. 133-146.
- SALOMON J.-N. (2005), « Nouveaux vignobles et évolution des anciens face à la mondialisation », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, (231-232), p. 397-428.
- SAPORTA I. (2014), *VinoBusiness*, Paris: Albin Michel.
- SCHIRMER R. (2010), « Le point de vue du géographe », in HINNEWINKEL J.-C. (dir.), *La gouvernance des terroirs du vin. Entre local et mondial, au Nord comme au Sud*, Bordeaux: Féret, p. 189-200
- SCHLAGER E., OSTROM E. (1992), « Property-Rights Regimes and Natural Resources: A Conceptual Analysis », *Land Economics*, 68(3), p. 249-262.
- SCHWEIGER J., MANN S. (2008), *Evaluation der Umstellungsbeiträge Rebbau*, Tänikon: Agroscope Reckenholz - Tänikon ART.
- SCHWEIZER R. (2011), *Apport du concept d'arrangement régulateur à l'analyse de la gestion des systèmes d'irrigation sous l'angle de la durabilité*, Working paper de l'IDHEAP, Lausanne: IDHEAP-Chaire politiques publiques et durabilité.

- SCHWEIZER R. (2015), *Stratégies d'activation du droit dans les politiques environnementales: cas autour des bisses valaisans*, Zürich & Chur: Rüegger Verlag.
- SCIARINI P. (1994), *La Suisse face à la communauté européenne et au GATT: le cas test de la politique agricole*, Genève: Georg éditeur.
- SCIARINI P. (1995), «Réseau politique interne et négociations internationales: le GATT, levier de la réforme agricole suisse», *Swiss Political Science Review*, 1(2-3), p. 1-29.
- SEAWRIGHT J., GERRING J. (2008), «Case Selection Techniques in Case Study Research: A Menu of Qualitative and Quantitative Options», *Political Research Quarterly*, 61(2), p. 294-308.
- SERVICE CANTONAL DE L'AGRICULTURE. (2011), *État de santé de l'agriculture valaisanne. Rapport statistique 2010*, Sion: Service cantonal de l'agriculture.
- SIEGRIST M., COUSIN M.-E. (2009), «Expectations influence sensory experience in a wine tasting», *Appetite*, 52(3), p. 762-765.
- SIMPSON J. (2011), *Creating wine: the emergence of a world industry, 1840-1914*, Princeton: Princeton University Press.
- SMITH A., DE MAILLARD J., COSTA O. (2007), *Vin et politique : Bordeaux, la France, la mondialisation*, Paris: Les Presses de Sciences Po.
- SOUTHLAND TIMES (2014), *Black Ridge sells*, Southland Times, March 26th.
- SPRATT M. F., FELDMAN M. L., PRITCHETT J. S. (2012), *Grape-a-hol: how big business is subverting artisan winemaking and the future of fine wine*, Indianapolis, IN: Dog Ear Pub.
- STEINMO S. (1993), *Taxation and democracy : Swedish, British, and American approaches to financing the modern state*, New Haven: Yale University Press.
- STEWART K. (2010), *Chancers and visionaries: a history of New Zealand wine*, Auckland, N.Z.: Godwit.
- SWAFFIELD S., BROWER A. (2009), «Globalisation, contest and paradox in a continuing cultural landscape: Land reform in the New Zealand High Country», *Geografisk Tidsskrift-Danish Journal of Geography*, 109(2), p. 161-179.
- SYLVANDER B., ALLAIRE G., BELLETTI G., MARESCOTTI A., BARJOLLE D., THÉVENOD-MOTTET E., TREGGAR A. (2006), «Qualité, origine et globalisation: justifications générales et contextes nationaux, le cas des Indications Géographiques», *Canadian Journal of Regional Science*, 29(1), p. 43-54.
- TINLOT R. (2007), «Le droit de la marque et l'origine géographique», in COUDERC J.-P., HANNIN H., D'HAUTEVILLE F., MONTAIGNE E. (dir.), *Bacchus 2008. Enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole*, Paris: Dunod, p. 65-72.

- TORRE A. (2002), « Les AOC sont-elles des clubs? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles », *Revue d'économie industrielle*, 100(1), p. 39-62.
- TORRE A. (2006), « Collective action, governance structure and organizational trust in localized systems of production. The case of the AOC organization of small producers », *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(1), p. 55-72.
- TOUZARD J.-M., LAPORTE J.-P. (1998), « Deux décennies de transition viticole en Languedoc-Roussillon: de la production de masse à une viticulture plurielle », *Pôle Sud*, 9(1), p. 26-47.
- TREGEAR A., GORTON M. (2005), « Geographic Origin as a Branding Tool for Agri-Food Producers », *Society and Economy*, 27(3), p. 399-414.
- VALCESCHINI E., MAZÉ A. (2000), « La politique de la qualité agro-alimentaire dans le contexte international », *Économie rurale*, 258(1), p. 30-41.
- VAN LEEUWEN C., SEGUIN G. (2006), « The concept of terroir in viticulture. *Journal of Wine Research*, 17(1), p. 1-10.
- VESCHAMBRE V. (2007), « Le processus de patrimonialisation : revalorisation, appropriation et marquage de l'espace », *Vox geographi*, Num. doc. 1800, consulté à l'adresse http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=1180
- VIRET O. (2013), « Viticulture in Switzerland and Integrated Production of grape (vol. Présentation power point, p. 32) », Ascona: Agroscope, Wädenswil, consulté à l'adresse https://www.iobc-wprs.org/pub/2013_WG_Viticulture_meeting_Ascona_CH/12-Viret_Viticulture.pdf.
- WALTHER S. (2010), *AOC und Kartellrecht unter besonderer Berücksichtigung selektiver Vertriebssysteme*, Zürich: Dike.
- WILLIAMSON O. (1985), *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: Free Press.
- WINEPRESS, December 2014, issue 243, Blenheim.
- WINEPRESS, November 2014, issue 242, Blenheim.
- WM (2014), Facst and Figure 2014, Wine Marlborough Ltd, Blenheim, 15 p.
- WM (2015), Facst and figure 2015, Wine Marlborough Ltd, Blenheim, 18 p.
- ZUFFEREY V. (2008), « Études des terroirs viticoles suisses », *Revue Suisse Vitic., Arboric., Hortic.*, 40(6), p. 367-373.
- ZUFFEREY-PÉRISSET A.-D. (dir.) (2009), *Histoire de la vigne et du vin en Valais : des origines à nos jours*, Sierre & Salquenen & Gollion: Musée valaisan de la vigne et du vin & Infolio.

ABRÉVIATIONS

Aec	Manifestation « Fully, Arvine en capitale »
AOC	Appellation d'origine contrôlée
ARL	Arrangement de régulation localisé
AVTC	Association de valorisation du terroir de Chamoson
CD&C	Clos, domaines & châteaux
CO	Central Otago
COPNL	Central Otago Pinot Noir Limited
COWA	Central Otago Winegrowers Association
CSCV	Contrôle suisse du commerce des vins
DR 1/2/3	Dimension de régulation de l'arrangement régulateur
FGC	Groupe des vigneron-encaveurs Fully Grand cru
FHV	Fondation l'homme et le vin
FVV	Fédération des vigneron valaisans
GATT	<i>General Agreement on Tariffs and Trade</i>
GENI	Groupe des encaveurs et négociants indépendants
GES	Grapevine Extraction Scheme
GGC	Grape Grower Council
IG/GI	Indication géographique/Geographical indication
IVV	Interprofession de la vigne et du vin du Valais
LQP	Limites quantitatives de production
MaNa	Marlborough Natural Winegrowers
MSB	Marlborough sauvignon blanc
NZTE	New Zealand Trade & Enterprise
NZW	New Zealand Winegrowers
ODFI	Ordonnance du département fédéral de l'intérieur

OIV	Organisation internationale de la vigne et du vin
OMC	Organisation mondiale du commerce
OPEVAL	Organisation professionnelle de l'économie vitivinicole valaisanne
OVV	Ordonnance sur la vigne et le vin du 17 mars 2004 (Valais).
RIR	Régimes institutionnels de ressource
SEVS	Société des encaveurs de vins suisses
SEVV	Société des encaveurs de vins du Valais
SWNZ	Sustainable Winegrowing New Zealand
VDQPRD	Vins dits « <i>de qualité produits dans des régions déterminées</i> »
WINZ	Wine Institute of New Zealand
WSMP	Wine Standard Management Plan
WWTG	World Wine Trading Group

TABLEAUX

Tableau 1 Les valeurs produites par une appellation de vin.....	94
Tableau 2 Synthèse du processus causal propre au cadre conceptuel	111
Tableau 3 Évolution de la consommation de vin en Suisse 1990-2012.....	144
Tableau 4 Encépagement vaudois en 2012.....	160
Tableau 5 Synthèse de l'arrangement de régulation localisé (ARL) de Féchy.....	203
Tableau 6 Synthèse de l'ARL du Dézaley et du Calamin	221
Tableau 7 Synthèse de l'ARL de Lavaux.....	232
Tableau 8 Comparaison de l'encépagement en Valais entre 1991 et 2010..	239
Tableau 9 Parcelles et propriétaires en Valais en 2008	241
Tableau 10 Évolution de l'encépagement à Fully entre 1991 et 2011	270
Tableau 11 Synthèse de l'ARL de Fully.....	293
Tableau 12 Synthèse de l'ARL de Chamoson.....	325
Tableau 13 Répartition des membres et des contributions	388
Tableau 14 Synthèse de l'arrangement de régulation localisé du Marlborough.....	428
Tableau 15 Synthèse de l'arrangement de régulation localisé de Central Otago	469
Tableau 16 Synthèse des sept arrangements de régulation localisés (ARL)....	487

FIGURES

Figure 1 Synthèse des groupes d'enjeux en amont et en aval de la ressource	59
Figure 2 Biens et services prélevés sur une ressource.....	62
Figure 3 Synthèse des relations entre les droits attribués par les politiques publiques, le système régulateur, leur impact sur le comportement des acteurs-usagers, puis l'état final de la ressource.....	67
Figure 4 Ressource d'action des acteurs d'une politique publique	68
Figure 5 Typologie du régime institutionnel (RI) selon son étendue et de sa cohérence.....	69
Figure 6 Représentation schématique des interactions à la base de la ressource paysage	77
Figure 7 Vision schématique du cadre conceptuel.....	82
Figure 8 De la littérature à la définition de la ressource.....	84
Figure 9 Représentation schématique de la ressource	102
Figure 10 Travail des acteurs sur l'ARL et effet de l'ARL sur la ressource...	110
Figure 11 Représentation schématique du design imbriqué.....	118
Figure 12 Les régions viticoles et les lieux de production de 1985	167
Figure 13 La règle du 49-51 de 1985.....	169
Figure 14 La pyramide de qualité des vins vaudois dès 2009.....	176
Figure 15 Structure de la production de la filière valaisanne	242
Figure 16 Les cépages autochtones et traditionnels.....	256
Figure 17 L'articulation des pièces formelles et informelles de l'ARL de Fully.....	298
Figure 18 Carte de la Nouvelle-Zélande.....	337
Figure 19 Croissance des surfaces plantées depuis 1990.	361
Figure 20 Croissance des volumes produits depuis 1990.....	361
Figure 21 Production et hectares en Marlborough.	413

ENCADRÉS

Encadré 1. Qualité du vin et liberté d'entreprise. Exemple de l'AOC en Suisse.....	44
Encadré 2. Valeur d'usage et valeur d'échange	48
Encadré 3. Enjeu de la distribution des valeurs de la ressource.....	102
Encadré 4. Les premiers effets du cadastre en Valais	132
Encadré 5. La chaptalisation	151
Encadré 6. L'étude des terroirs vaudois	161
Encadré 7. Les types d'acteurs dans le secteur vitivinicole	162
Encadré 8. L'aire de l'appellation Féchy.....	172
Encadré 9. L'aire du lieu de production de l'appellation Epesses et des crus Dézaley et Calamin.....	173
Encadré 10. Critères qualitatifs différenciés en fonction du potentiel commercial.....	174
Encadré 11. La marque «Clos, domaines et châteaux».....	177
Encadré 12. Excursus sur les marques	183
Encadré 13. Les valeurs sensorielles en retrait.....	190
Encadré 14. Ultime ruse institutionnelle pour élargir les appellations porteuses.....	201
Encadré 15. La ruse de la petite arvine.....	258
Encadré 16. Rivalités quant au contenant distinctif pour les vins Grand cru.....	262
Encadré 17. La stabilisation de rivalité sur le sucre résiduel.....	266
Encadré 18. Dans l'appellation mais en dehors de l'arrangement, le vin naturel	287
Encadré 19. Illustration des rivalités sur l'usage de la réputation de l'appellation	304
Encadré 20. L'habitus d'une économie des grands centrée sur la qualité	311

Encadré 21. Le travail pionnier de <i>Viti 2000</i> sur les savoir-faire locaux.....	316
Encadré 22. Les deux vies du projet d'identification des levures indigènes ..	318
Encadré 23. Le conservatoire du johannisberg	324
Encadré 24. Le palais peu pertinent du chercheur en administration publique	345
Encadré 25. Réguler l'usage des infrastructures: impact sur les dispositions de réception.....	355
Encadré 26. Des « <i>appellations privées</i> », un oxymore conceptuel.....	362
Encadré 27. Les raisons de l'absence de concrétisation de la loi sur les IG...	374
Encadré 28. La typicité du sauvignon blanc et du MSB.....	390
Encadré 29. L'île de Waiheke, révélatrice de la production nationale.....	403
Encadré 30. Villa Maria – la cave industrielle familiale néo-zélandaise.....	409
Encadré 31. Les coûts de production à l'hectare dans le Marlborough.....	414
Encadré 32. Le rappel à l'ordre et l'ombre de la Commission de commerce ..	424
Encadré 33. Le parcours d'un des pionniers.....	435
Encadré 34. Forme, mission et buts de la COPNL	449
Encadré 35. Le regard d'un critique de vin kiwi sur la Celebration.....	455
Encadré 36. Riedel, de Bourgogne Grand cru à Coca-Cola et Nespresso ...	464

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	11
--------------------	----

PREMIÈRE PARTIE

CHAPITRE 1 – INTRODUCTION ET PROBLÉMATIQUE	15
1.1 Globalisation et émergence du Nouveau Monde	16
1.2 Patrimonialisation.....	17
1.3 Le patrimoine comme ressource dans la globalisation	18
1.4 Les labels au croisement de la globalisation et du patrimoine ...	18
1.5 Les labels au croisement d'enjeux symboliques et gustatifs.....	19
1.6 Questionner l'organisation institutionnelle des acteurs du vin ...	21
1.7 Apports et originalité de cet ouvrage.....	23
1.8 Questions de recherche.....	24
CHAPITRE 2 – ÉTAT DE LA RECHERCHE.....	27
2.1 Précisions épistémologiques: ressource, acteur, institution.....	28
2.2 Le territoire et le patrimoine comme ressource	31
2.3 Les labels, la propriété intellectuelle et la question de la valeur.....	38
2.3.1 <i>Du territoire au terroir</i>	38
2.3.2 <i>Valoriser le terroir par les AOC</i>	40
2.3.3 <i>Création et distribution des valeurs avec un label</i>	45
2.3.4 <i>Embeddedness, valeurs et institutions</i>	50
2.3.5 <i>Des institutions pour l'entretien et l'usage d'une ressource commune</i>	53
2.3.6 <i>Les dynamiques de ressource</i>	55
2.4 Les régimes institutionnels de ressource	58
2.4.1 <i>Fondements de l'analyse des ressources naturelles</i>	59

2.4.2	<i>De la durabilité de la ressource au régime institutionnel .</i>	60
2.4.3	<i>Structure de l'analyse par les RIR.....</i>	61
2.4.4	<i>Limites des RIR</i>	70
2.4.5	<i>Apports principaux des RIR pour l'étude des appellations vitivinicoles.....</i>	76
CHAPITRE 3 – CADRE CONCEPTUEL		81
3.1	Institutions, acteurs-usagers et ressource	82
3.2	Définition de la ressource	83
3.3	Les trois constituants de la ressource.....	84
3.3.1	<i>Infrastructures</i>	85
3.3.2	<i>Savoir-faire de production</i>	85
3.3.3	<i>Dispositions de réception.....</i>	86
3.3.4	<i>Interaction des constituants.....</i>	87
3.4	Les acteurs	89
3.5	Les valeurs produites par la ressource.....	91
3.6	Un arrangement institutionnel tourné vers la différenciation....	100
3.6.1	<i>Différenciation</i>	100
3.6.2	<i>L'arrangement de régulation localisé</i>	103
3.6.3	<i>Dimensions de régulation de l'arrangement</i>	107
3.6.4	<i>Créativité institutionnelle des acteurs</i>	109
3.7	Postulats et hypothèses	112
CHAPITRE 4 – DESIGN ET MÉTHODE.....		115
4.1	Design	115
4.1.1	<i>Définition des cas.....</i>	116
4.1.2	<i>Design imbriqué</i>	118
4.1.3	<i>Sélection des cas</i>	119
4.1.4	<i>Cas valaisans</i>	121
4.1.5	<i>Cas vaudois</i>	122
4.1.6	<i>Temporalité.....</i>	124
4.2	Méthodologie	124
 DEUXIÈME PARTIE 		
CHAPITRE 5 – LE RÉGIME DU VIN EN SUISSE JUSQU'EN 1992		129
5.1	Politique agricole et statut du vin de 1953.....	129
5.1.1	<i>Le cadastre viticole.....</i>	131
5.1.2	<i>Formation et recherche.....</i>	132

5.2 Production de qualité, dénominations et restriction des importations.....	133
5.2.1 <i>Contraintes de production et promotion de la qualité</i>	133
5.2.2 <i>Désignations des vins</i>	135
5.2.3 <i>Limitation des importations</i>	138
5.3 Synthèse intermédiaire.....	139
CHAPITRE 6 – LE RÉGIME DU VIN DEPUIS 1992	141
6.1 Crise de surproduction en 1983	141
6.2 Ouverture aux vins étrangers mais reconnaissance des AOC.....	142
6.2.1 <i>Abandon des restrictions quantitatives</i>	143
6.2.2 <i>Reconnaissance des IG comme droit de propriété intellectuelle</i>	144
6.3 L'entrée des AOC dans le régime du vin en 1992.....	146
6.4 Le régime du vin depuis la politique agricole 2011.....	147
6.4.1 <i>Culture de la vigne et orientation du vignoble vers le vin rouge</i>	148
6.4.2 <i>Critères des vins AOC</i>	148
6.4.3 <i>Définition et dénominations du vin</i>	149
6.4.4 <i>Pratiques œnologiques et douceur du vin</i>	150
6.4.5 <i>Différenciation par les cépages ou les AOC</i>	153
6.5 Synthèse intermédiaire.....	157
CHAPITRE 7 – LE CANTON DE VAUD	159
7.1 Le vignoble vaudois	159
7.2 Les acteurs cantonaux	161
7.2.1 <i>Les vigneron</i> s	163
7.2.2 <i>Les vigneron</i> s-encaveurs	163
7.2.3 <i>Le négoce et les coopératives</i>	164
7.2.4 <i>Les institutions collectives</i>	164
7.3 La logique des appellations d'origine depuis 1985	166
7.3.1 <i>Différenciation et assemblages</i>	166
7.3.2 <i>Région viticole</i>	167
7.3.3 <i>Lieu de production</i>	167
7.3.4 <i>La règle d'or du 49-51</i>	168
7.3.5 <i>Les variations régionales</i>	169
7.4 Synthèse intermédiaire.....	173
7.5 La réforme des AOC vaudoise de 2009	175
7.5.1 <i>Extension du périmètre de l'AOC vers le haut</i>	175

7.5.2 Une différenciation pyramidale	175
7.5.3 Synthèse intermédiaire.....	179
CHAPITRE 8 – ÉTUDE DE CAS I - L'APPELLATION FÉCHY	181
8.1 Éléments de contexte.....	181
8.2 Acteurs et rivalités.....	182
8.3 L'ARL de Féchy.....	187
8.3.1 Création de l'association des propriétaires de vignes.....	187
8.3.2 Contestation des aspects institutionnels et substantiels de la réforme	191
8.3.3 Rivalités et alliances géographiques.....	194
8.3.4 Propagande et travail sur la presse	197
8.3.5 Construction du soutien politique	199
8.3.6 Épilogue	200
8.4 Discussion de l'ARL de Féchy	204
CHAPITRE 9 – ÉTUDE DE CAS II - L'APPELLATION LAVAUX.....	209
9.1 Éléments de contexte.....	209
9.2 Acteurs et rivalités.....	210
9.3 L'ARL du Dézaley et du Calamin.....	212
9.3.1 Perte de valeur symbolique par l'affaiblissement de l'exclusivité.....	213
9.3.2 La Baronnie du Dézaley.....	215
9.3.3 Alliance entre deux organisations rivales.....	218
9.3.4 Mobilisation des propriétaires fonciers	219
9.3.5 Construction du consensus	220
9.3.6 Synthèse de l'ARL du Dézaley et Calamin	222
9.4 L'ARL de Lavaux.....	224
9.4.1 La commission Avenir Lavaux.....	225
9.4.2 Une manifestation pour l'unité du vignoble de Lavaux...	227
9.4.3 Le rôle de la structure de gestion du paysage.....	229
9.4.4 Synthèse de l'ARL de Lavaux.....	233
CHAPITRE 10 – LE CANTON DU VALAIS.....	237
10.1 Le vignoble valaisan	237
10.2 Les acteurs	241
10.2.1 Les vigneron	243
10.2.2 Le négoce.....	243
10.2.3 Les vigneron-encaveurs	244

10.2.4	<i>PROVINS</i>	244
10.2.5	<i>L'Interprofession</i>	245
10.2.6	<i>La grande distribution</i>	246
10.2.7	<i>Les acteurs politico-administratifs</i>	247
10.3	Redécouverte des cépages autochtones	248
10.4	Les apports des années 2000	250
10.4.1	<i>Vers une agriculture valaisanne durable</i>	251
10.4.2	<i>Accent sur les cépages et les spécialités</i>	252
10.4.3	<i>Entretien du paysage viticole</i>	253
10.4.4	<i>Synthèse intermédiaire</i>	254
10.5	L'ordonnance sur la vigne et le vin	254
10.5.1	<i>Une seule AOC pour l'ensemble du canton</i>	255
10.5.2	<i>Des dénominations traditionnelles des cépages</i>	257
10.5.3	<i>Dénominations communales et Grand cru</i>	259
10.5.4	<i>Synthèse intermédiaire</i>	260
10.6	Stratégie actuelle des pouvoirs publics.....	260
10.7	Rivalités sur les valeurs de l'appellation Valais	264
10.7.1	<i>Rivalités entre types de valeurs</i>	264
10.7.2	<i>Rivalité sur la distribution des valeurs</i>	265
10.8	Synthèse du contexte cantonal	267
CHAPITRE 11 – ÉTUDE DE CAS III - L'APPELLATION FULLY		269
11.1	Éléments de contexte	269
11.2	Acteurs et rivalités.....	271
11.3	L'ARL de Fully	274
11.3.1	<i>Le règlement Fully Grand cru</i>	275
11.3.2	<i>Une charte et une bouteille</i>	279
11.3.3	<i>Avenant à la charte</i>	281
11.3.4	<i>Manifestations de promotion</i>	282
11.3.5	<i>Régulation des pratiques œnologiques</i>	284
11.3.6	<i>Travaux de recherche</i>	286
11.3.7	<i>Certification Valais excellence</i>	289
11.3.8	<i>L'échec de l'entretien du paysage</i>	290
11.4	Discussion de l'ARL de Fully.....	294
CHAPITRE 12 – ÉTUDE DE CAS IV - L'APPELLATION CHAMOSON		301
12.1	Éléments de contexte	301
12.2	Acteurs et rivalités.....	302

12.3 L'ARL de Chamoson	306
12.3.1 <i>Le règlement Chamoson Grand cru</i>	306
12.3.2 <i>Le caveau de Chamoson</i>	313
12.3.3 <i>L'association Viti 2000</i>	315
12.3.4 <i>La fondation L'homme et le vin</i>	319
12.3.5 <i>L'association pour la valorisation du terroir de Chamoson</i>	321
12.4 Discussion de l'ARL de Chamoson	326

TROISIÈME PARTIE

CHAPITRE 13 – AOTEAROA – LA NOUVELLE-ZÉLANDE	333
13.1 Pourquoi la Nouvelle-Zélande	333
13.2 Géographie	335
13.3 Colonisation	336
13.4 <i>Empire of Grass</i> et globalisation	338
CHAPITRE 14 – LES DEUX MONDES OU LA NOUVELLE GÉOGRAPHIE DU VIN	341
CHAPITRE 15 – ÉVOLUTION HISTORIQUE DES VALEURS DU VIN EN NOUVELLE-ZÉLANDE	347
15.1 Savoir-faire européens et vins fortifiés	348
15.2 Culture du vin ou descente verticale	349
15.3 Tempérance et qualité	350
CHAPITRE 16 – LE RÉGIME DU VIN DE 1873 À 2002	353
16.1 <i>Common law</i> et industrie naissante	353
16.2 Un régime qui atrophie la ressource	354
16.3 Le régime des licences depuis 1881	355
16.4 Consolidation de la filière et assouplissement des licences	358
16.5 Au pas de marche vers les vins de cépage et l'exportation	358
16.6 Le rôle du Marlborough dans la croissance de la filière	363
CHAPITRE 17 – LE RÉGIME DU VIN NÉO-ZÉLANDAIS DEPUIS 2003	367
17.1 New Zealand Food Standards	367
17.2 <i>Fair Trading Act</i> 1986	367
17.3 <i>Wine Act</i> 2003	368
17.4 <i>Wine Regulation</i> 2006	369

17.5 <i>Wine Specification Notice</i> 2006.....	370
17.6 Exigences pour l'exportation.....	371
17.7 <i>Geographical Indications</i> 2006.....	371
17.8 <i>Overseas Market Access Requirements</i>	375
17.9 Conclusion du régime actuel	376
CHAPITRE 18 – ACTEURS ET RIVALITÉS EN NOUVELLE-ZÉLANDE	379
18.1 Producteurs de raisin et caves	379
18.2 Diversification des acteurs, dominance industrielle et exportation.....	381
18.3 Les acteurs régionaux.....	382
18.4 Acteurs étrangers (capital et consommateurs).....	383
18.5 Les acteurs publics	384
CHAPITRE 19 – L'ARRANGEMENT NATIONAL DEPUIS 2002	385
19.1 L'organisation faitière de la filière	385
19.1.1 <i>Grape Grower Council (GGC)</i>	386
19.1.2 <i>Wine Institute of New Zealand (WINZ)</i>	386
19.1.3 <i>New Zealand Winegrowers (NZW)</i>	387
19.2 Travail de l'organisation faitière sur la ressource	389
19.2.1 <i>Les valeurs sensorielles du Marlborough sauvignon blanc (MSB)</i>	390
19.2.2 <i>Les valeurs symboliques des vins « lifestyle »</i>	393
19.2.3 <i>Valeurs symboliques de la marque « New Zealand Wine™ » et durabilité</i>	395
19.2.4 <i>Cibler les dispositions de réception des consommateurs...</i>	398
19.2.5 <i>Le discours sur la qualité et l'industrie pour stabiliser les rivalités</i>	399
19.3 Synthèse intermédiaire de l'arrangement national.....	401
19.4 Institutions complémentaires à l'arrangement national	404
19.4.1 <i>Le projet « Complexity »</i>	404
19.4.2 <i>Le Southern Pinot Workshop</i>	406
19.4.3 <i>Family of XII</i>	408
CHAPITRE 20 – ÉTUDE DE CAS V - L'APPELLATION MARLBOROUGH	411
20.1 Éléments de contexte	411
20.2 Acteurs et rivalités.....	414
20.2.1 <i>Pernod Ricard New Zealand – Croître et monter en gamme</i>	415

20.2.2 <i>Indevin – Croître avec des vins de masse</i>	418
20.2.3 <i>Fromm – Faire évoluer les valeurs sensorielles</i>	419
20.3 L'ARL du Marlborough.....	422
20.3.1 <i>Marlborough Winegrowers Association Incorporated</i>	422
20.3.2 <i>Wine Marlborough Limited</i>	423
20.3.3 <i>Manifestations de promotion</i>	426
20.3.4 <i>International Sauvignon Blanc Celebration</i>	426
20.4 Conclusion du cas.....	427
CHAPITRE 21 – ÉTUDE DE CAS VI - L'APPELLATION CENTRAL OTAGO...	429
21.1 Éléments de contexte	429
21.1.1 <i>La région</i>	429
21.1.2 <i>Le barrage et la privatisation des terres</i>	431
21.1.3 <i>Les prémices de la ressource</i>	434
21.1.4 <i>Pinot noir et nouveaux arrivants</i>	437
21.2 Acteurs et rivalités.....	439
21.2.1 <i>Types d'acteurs</i>	440
21.2.2 <i>Rivalités géographiques</i>	441
21.3 L'ARL de Central Otago	442
21.3.1 <i>L'Interprofession régionale (COWA)</i>	443
21.3.2 <i>La société dédiée à la promotion de l'appellation (COPNL)</i>	448
21.3.3 <i>Central Otago Pinot Noir Celebration</i>	453
21.3.4 <i>Le verre de Riedel « Central Otago Pinot Noir »</i>	462
21.3.5 <i>Le rapport d'expertise marketing et géographique</i>	465
21.4 Conclusion du cas.....	466
CHAPITRE 22 – CONCLUSION INTERMÉDIAIRE	
DE LA TROISIÈME PARTIE	471

QUATRIÈME PARTIE

CHAPITRE 23 – RETOUR SUR LES RÉSULTATS	475
23.1 Deux cantons dans le régime suisse.....	477
23.2 Le canton de Vaud	478
23.2.1 <i>Féchy</i>	479
23.2.2 <i>Dézaley et Calamin</i>	479
23.2.3 <i>Lavaux</i>	480

23.3 Le canton du Valais	481
23.3.1 <i>Fully</i>	482
23.3.2 <i>Chamoson</i>	482
23.4 La Nouvelle-Zélande	483
23.4.1 <i>Marlborough</i>	484
23.4.2 <i>Central Otago</i>	485
23.5 Discussion croisée des résultats	486
23.5.1 <i>Discussion transversale par variable</i>	490
23.5.2 <i>Similitudes et différences</i>	497
CHAPITRE 24 – RÉPONSE AUX HYPOTHÈSES	501
24.1 Hypothèse H_1	501
24.2 Hypothèse H_{2a}	503
24.3 Hypothèse H_{2b}	505
24.4 Hypothèse H_{2c}	507
24.5 Hypothèse H_{3a}	508
24.6 Hypothèse H_{3b}	510
CHAPITRE 25 – DISCUSSION CONCLUSIVE	511
25.1 Apports de la recherche.....	512
25.2 Limites.....	517
25.3 Recommandations	519
ANNEXES	525
Annexe 1.....	525
Annexe 2.....	527
Annexe 3.....	527
BIBLIOGRAPHIE	533
ABRÉVIATIONS	553
TABLEAUX	555
FIGURES	557
ENCADRÉS	559

Achévé d'imprimer
en novembre 2018
aux Éditions Alphil-Presses universitaires suisses

Responsable de production : Rachel Maeder

Après m'avoir accordé un long entretien, un vigneron-encaveur valaisan me raccompagne puis prend congé sur ces mots : « *Il y en a qui sont là pour faire du vin, d'autres pour faire de l'argent* ». Bien que lapidaire, cette formule résume bien les conflits de valeurs propres au monde du vin, des rivalités qui se traduisent inévitablement par des jeux de pouvoir. Au-delà des terroirs et des cépages, le goût du vin doit beaucoup aux choix politiques locaux, bien plus que ce que notre seul palais pourrait nous laisser penser.

Les appellations de vin sont des ressources communes susceptibles de générer de nombreuses formes de valeurs, économiques bien sûr, mais également culturelles, symboliques et sensorielles. Dans cet ouvrage, l'auteur remonte le fil des jeux d'acteurs, des rapports de force et des mécanismes institutionnels à l'œuvre dans les deux principaux cantons viticoles de Suisse (Vaud et Valais) ainsi que dans deux régions de Nouvelle-Zélande. Il propose des outils conceptuels novateurs qui ont la particularité d'accorder autant de place au goût et aux aspects symboliques du vin qu'à ses enjeux économiques. L'étude des cas de Féchy, du Lavaux, de Fully et de Chamoson en Suisse ainsi que celles des cas néo-zélandais (Marlborough et Central Otago) mettent en évidence les stratégies qu'adoptent les acteurs locaux pour différencier leur appellation et pour en obtenir les formes de valeurs qu'ils convoitent. L'analyse comparée permet en conclusion d'identifier les éléments généraux favorables au succès de l'action collective qui façonne les appellations de vin, ce qui amène l'auteur à proposer des pistes de recommandations à l'intention des acteurs suisses.



© Dimitri Romang, 2018.

Après des études en sciences politiques puis en management public, **Melaine-Noé Laesslé** débute en 2011 comme doctorant à l'Institut de hautes études en administration publique (IDHEAP) à l'Université de Lausanne, au sein de la chaire de Politiques publiques et durabilité. Il intègre un projet de recherche portant sur la labellisation du patrimoine en Suisse et se concentre sur les appellations de vin. Une bourse de recherche du FNS obtenue en 2014 lui permet d'étendre ses recherches en Nouvelle-Zélande durant douze mois. En 2016, il obtient un doctorat en administration publique de l'Université de Lausanne. Sa thèse, dont cet ouvrage est issu, reçoit un prix de la Faculté de droit de l'Université de Lausanne. Melaine-Noé Laesslé est actuellement responsable de missions stratégiques à l'État de Vaud.

ISBN 978-2-88930-230-7

