

— Éric Giraud-Héraud & Gilles de Revel —

LA VALEUR DU VIN



Patrimoine
Culture
Origine
Agroécologie
Naturalité
Œnotourisme
Réseaux sociaux



Consommateurs
Sensoriel
Émotions
Défauts objectifs
Prix
Classifications
Subjectivité



DUNOD

Direction artistique : Nicolas Wiel
Création maquette : Audrey Baudoin

© Dunod, 2025
11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com
ISBN : 978-2-10-089034-7

Le vin est semblable à l'Homme : on ne saura jamais jusqu'à quel point on peut l'estimer et le mépriser, l'aimer et le haïr, ni de combien d'actions sublimes ou de forfaits monstrueux il est capable. Ne soyons donc pas plus cruels envers lui qu'envers nous-mêmes et traitons-le comme notre égal.

CHARLES BAUDELAIRE, *Les Paradis artificiels*

PRÉFACE

Peu d'objets culturels, dans l'imaginaire du monde, se sont mariés à un pays comme le vin à la France.

Car le vin est bien un objet de culture, celle des esprits et non simplement celle des vignes. Du repas familial aux grandes célébrations, les vins de nos régions accompagnent la vie de millions de personnes. Ils sont la clé de voûte d'un art de la table séculaire, qui est art de vivre, art de s'asseoir ensemble, art de converser ; et de converser notamment sur nos vins. Primés, médaillés, vénérés ou contestés, ils sont l'objet d'inlassables commentaires, discussions et débats, dont l'animation porte en elle quelque chose de nos passions françaises.

Art de vivre, et art d'œuvrer. Car derrière les étiquettes et silhouettes de bouteille se profilent des milliers d'hommes et de femmes, dont le travail séculaire reprend chaque saison. Éclaircissage et rognage, pliage et liage, vendanges, mise en bouteille et accord culinaire : d'un bout à l'autre de la chaîne humaine qui va de la vigne au verre, chaque geste se tend vers la perfection.

Mais cette perfection est multiple. La diversité des vins reflète celle de notre pays : de quelques cépages naissent mille couleurs de robes, de quelques élevages une infinie variété de bouquets. « Seule dans le règne végétal, écrivait Colette, la vigne nous rend intelligible ce qu'est la véritable saveur de la terre. » La viticulture façonne nos paysages, qui à leur tour lui impriment leur marque unique. La connaissance intime de la saveur des coteaux du Bordelais ou du Bourguignon, de l'Alsace ou du Beaujolais, de la Loire ou du Bugey, nous rend nos terroirs plus proches et plus précieux encore. Le travail de la vigne ne peut qu'être écologique : cultiver sans épuiser, récolter sans abîmer. Il implique de respecter les sols, de se montrer sensible au gel, au soleil, aux pluies, et à la moindre de leur variation.

Au cœur de notre société, le vin se trouve ainsi naturellement à la croisée des défis de demain. Sa vulnérabilité aux changements environnementaux se double d'une exposition en première ligne aux tensions internationales. Alors que partout renaissent les logiques de blocs et de tarifs douaniers, les intérêts des métiers viticoles sont parfois menacés. Mais la France, toujours, se tiendra à leurs côtés.

Vin et vigne : grammaire d'un savoir-faire que le monde nous envie, qui pousse la technique jusqu'à la science, et la science jusqu'à l'art. Les pages qui suivent rendent un bel hommage à tous ceux qui depuis des siècles font vivre, à travers le monde, un peu de cet art d'être français.



Emmanuel Macron
Président de la République française

TABLE DES MATIÈRES

Préface	7
Introduction	12
Chapitre 1. Aimer le vin	21
Le « paradoxe français » n'existerait-il plus ?	24
Le vin et le sacré	29
Le vin, patrimoine de l'humanité	34
Encart – Les valeurs de l'Unesco	40
Quand le vin se valorise à table	42
Encart – Les accords improbables de Philippe Faure-Brac	44
Tissu social et sociabilisant	47
Une histoire américaine	50
Dégustation n° 1 – Bandol d'Harrison, pour l'amour du vin	54
Chapitre 2. La valeur subjective	57
Le vin, un bien d'expérience en quête de médailles ?	60
Guides du vin et transmission de la valeur	65
<i>Les différentes façons de noter les vins</i>	<i>66</i>
Plusieurs gourous plutôt qu'un seul ?	68
Le paradoxe du Jugement de Paris	73
Encart – Comment procéder à une dégustation collective ?	78
La subjectivité à l'épreuve des accords vins et mets	80
<i>Les associations basées sur la composition chimique</i>	<i>80</i>
<i>L'équilibre des intensités des saveurs</i>	<i>82</i>
Dégustation n° 2 – Gewurztraminer, pour un rendez-vous des médailles ...	86
Chapitre 3. Dégustation décomplexée	89
L'analyse sensorielle en décomposant	92
<i>Petit historique de la méthode analytique</i>	<i>92</i>
<i>En l'honneur de Max Léglise et Émile Peynaud</i>	<i>94</i>
<i>La roue des arômes de Ann C. Noble</i>	<i>97</i>
<i>L'enseignement de la dégustation et les associations moléculaires</i>	<i>99</i>
<i>L'analytique et la notation des vins</i>	<i>100</i>
Encart – Le bois stigmatisé, le bois valorisant	102
<i>Remplacer la dégustation professionnelle par l'IA ?</i>	<i>106</i>

Chapitre 6. La valeur retrouvée	211
L'origine comme point d'ancrage.....	215
Le système AOC régulé	218
<i>Le terroir et le territoire avant tout</i>	<i>221</i>
<i>La RSE avant le renforcement des normes</i>	<i>225</i>
<i>L'exigence environnementale</i>	<i>227</i>
Vins bio et naturalité	228
Encart – Quel marché pour les vins désalcoolisés ?	234
Certifications et allégations	236
Comment répondre à l'exigence de vins « durables » ?	239
<i>Changer les cépages existants par la génétique ?</i>	<i>241</i>
<i>La solution des cépages résistants</i>	<i>244</i>
<i>L'arbitrage des consommateurs.....</i>	<i>246</i>
L'agroécologie pour une approche holistique	251
Dégustation n° 6 – Identité Anjou, pour un nouveau sens.....	256
 Conclusion	259
Acronymes	263
Présentation des auteurs	265
Remerciements	267
Crédits iconographiques	269

INTRODUCTION

Valoriser le vin c'est l'aimer librement et le partager simplement. Cet ouvrage a pour ambition de contribuer à la démocratie du goût, à la culture du vin, et à son développement économique et sociétal. Si *Le Goût du vin*, écrit par Émile Peynaud en 1980 aux éditions Dunod, est le début de notre aventure, nous entendons pour notre part pousser le bouchon en direction de l'humain. L'humain influencé, l'humain influençable, peut-être, mais qui attend autre chose que la seule prescription du sachant qu'il ne reconnaît plus. Il nous faut comprendre que la valorisation du vin doit pleinement intégrer le fait aujourd'hui avéré que nous sommes tous extraordinairement différents sur l'émotion que procure un flacon. Accepter définitivement l'idée que la culture du vin ne réside pas uniquement dans la connaissance des performances esthétiques, mais qu'elle réside aussi beaucoup dans le patrimoine magique de millénaires de constructions sociales, de sensations éphémères et de plaisirs hédoniques partagés. Et qu'il y va de la dégustation du vin comme bon nombre de situations d'échanges, exposées à une diversification accrue des usages de consommation.

Très souvent, les défauts d'hier sont présentés comme les qualités d'aujourd'hui, si bien qu'on ne sait plus trop bien quels

peuvent être les défauts rédhibitoires d'un vin qui seraient unanimement repérés et pour quelles raisons. Et de la même façon, il existe bon nombre d'éléments que l'on croyait valorisants, comme la complexité aromatique ou le bouquet de vieillissement, qui ne sont plus systématiquement reconnus pour définir et sélectionner un bon vin. Sans compter que des aspirations nouvelles de responsabilité environnementale et de naturalité sont devenues aussi constitutives de la valorisation, tout en risquant le retour aux périodes ancestrales de développement aléatoire de la qualité organoleptique.

Nous examinons ces enjeux sans concession scientifique et en évitant, si possible, les postures de militants. Si possible, car nous ne négligeons pas non plus le biais toujours présent, et en fait souhaitable, de l'engagement pour ce à quoi l'on croit profondément. Le vin est une valeur. La valeur du vin est multiforme.

Valeur et valorisation

Il faut bien préciser ce que nous entendons par le mot « valeur » qui constitue la porte d'entrée de cet ouvrage. Évacuons dans un premier temps l'aspect purement économique qui ferait référence à un prix de marché, c'est-à-dire à la croisée d'une courbe d'offre et de demande dont on ne sait jamais laquelle prévaut le plus dans la formation du prix. Et du reste, mieux vaut pour nous s'en tenir à la demande. Car nous tenons à nous placer d'abord du point de vue du consommateur-buveur, de l'émotion, et même de la conscience citoyenne qui influence aussi les choix,

par des aspirations extrasensorielles de la consommation.

Aujourd'hui, le vin est de plus en plus consommé dans sa jeunesse et la qualité gustative équivaut au plaisir instantané de la dégustation. Mais certains amateurs sont comme les académiciens, ils savent ce que c'est que le temps long, et qu'une vieille définition vaut bien un vin vieux. Raison pour laquelle il vaut mieux nous ressourcer dans la récente édition du dictionnaire de l'Académie française¹, où l'on pourra vérifier cette ambiguïté du mot « valeur » :

– « Ce que vaut une chose suivant l'estimation qu'on peut en faire » est la première définition proposée. Celle-ci nous conviendrait bien dans un premier temps, car elle pointe justement le côté personnel de l'appréciation. La valeur d'un vin, c'est le plaisir qu'il nous procure au moment où on le boit, avec toute une série de contextes et de considérations qui expliqueront ce plaisir. Nous essayerons d'en faire le tour car il y a tellement de choses à dire sur le sujet... Cependant, les académiciens préfèrent illustrer cette première définition par la vente d'un produit qui procure une somme d'argent. Dans ce cas, cela correspond plus à une situation de dépossession du produit, à un prix d'achat imposé qui, pour ce qui nous concerne, conviendrait plus aux commerçants de vin qu'aux consommateurs. Mais en se concentrant sur le point de vue de l'offreur, cette définition ne permettrait pas à elle seule de comprendre fondamentalement la formation de ce

prix de dépossession, ce qui est un peu dommage quand on aborde l'aspect économique ;

– « Ce que vaut une chose par rapport à d'autres au sein d'un système donné » est la deuxième acceptation proposée dans le dictionnaire. Il s'agit d'une grandeur qui caractérise une réalité mesurable. Dans notre cas d'étude, on pensera spontanément aux notations des vins, sur 5, sur 20 ou sur 100, qui ont envahi nos magazines spécialisés et qui sont souvent un peu surfaites, trompeuses, voire dépassées. Car on oublie trop souvent le caractère subjectif des notes des prescripteurs du goût. On dira pour les défendre que cela arrive à leur corps défendant, mais n'y ont-ils pas aussi un peu de responsabilité en ne proposant que rarement des alternatives de jugements possibles ? Ne serait-ce qu'en contextualisant le jugement avec les usages de consommation et les aspirations des uns et des autres. Si vous aimez les vins boisés et concentrés, ce vin rouge est fait pour vous, si vous êtes toujours à la recherche d'une forte acidité, préférez ce blanc qui vous siéra à merveille, etc. On ne voit que rarement ce genre de commentaires qui seraient pourtant bien utiles à tous les amateurs et usagers.

– La troisième définition est reléguée au sens figuré par les académiciens. Mais c'est celle à laquelle nous adhérons le mieux : « Qualité, mérite que l'on reconnaît à une personne, à une chose ». Le vin n'est pas une chose. C'est ce que nous dit Baudelaire. Traitons le vin comme

1. <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9Voo94>

notre égal ! La sentence mériterait une réflexion philosophique très complexe et il nous faudrait bien un Philippe Descola pour la commenter et la comprendre fondamentalement. Mais tout un chacun ressent pour lui ce qu'elle a bien de vrai, cette sentence humanoïde du vin. Car cette acceptation proposée par l'Académie ne concerne pas cette fois uniquement un jugement de réalité (comme la notation du vin), mais plutôt une appréciation individuelle et subjective. Le sens figuré du mot valeur est plus moderne qu'il n'y paraît, nous tâcherons de le démontrer.

Il nous plaît que le mot « valeur » reflète également toute une série de considérations concernant la satisfaction et que, dans le domaine pictural, la valeur se dise du « degré de clarté ou d'obscurité d'une couleur », toujours selon le dernier dictionnaire de l'Académie. Car, bien sûr, la vue est le premier sens qui influence la découverte d'un vin. Et déguster « à l'aveugle » ne veut pas dire déguster sans voir, mais plutôt masquer l'identité des vins pour annihiler des effets de valorisation ou de dévalorisation qui sortiraient de la pure appréciation hédonique. Nous verrons néanmoins que le contenant et son étiquette affectent le plaisir ressenti et que les sciences cognitives nous enseignent que le visuel influence souvent l'olfactif et le gustatif.

Toutefois, nous décortiquons cette ambiguïté de la satisfaction individuelle en essayant de ne pas encombrer la lecture de catalogues scientifiques, utiles, mais souvent rébarbatifs. Les mots savants sont souvent des maux pour ceux qui veulent simplement

comprendre les merveilles de la nature intégrant l'action de l'Homme. Pour les amateurs et consommateurs qui veulent simplement découvrir les vins qu'ils aiment aujourd'hui ou aimeront demain parce que demain correspondra au chemin hédonique dans lequel ils se seront embarqués en pleine conscience, ou bien sans trop savoir pourquoi, laissons opérer la magie !

Valorisation par la dégustation

Le lecteur remarquera au passage que, par réflexe atavique, nous ne sommes pas de ceux qui remettent en cause la dégustation analytique, c'est-à-dire cette construction par cloisonnement des sens (notamment visuel, olfactif et gustatif). La dégustation holistique c'est ce que nous faisons tous ? Soit. Personne ne conteste que l'on a bien raison de la pratiquer comme cela. Simplement on a bien raison également de préférer un rouge rubis écarlate à un rouge tuilé. Et côté olfactif, qui peut bien, et au nom de quoi, contester une demande d'arômes de beurre et de brioche qui finalement correspondent à la présence de diacétyle pour des arômes jugés vulgaires quand ils sont en excès. Si l'on s'en tient cette fois au gustatif, l'appréciation par un consommateur d'un vin tendu, riche en acide malique et peut-être un peu dur en bouche, peut être mise en parallèle avec l'estimation par ce même consommateur d'un autre vin, plus équilibré et dominé par une sucrosité vineuse. La démarche analytique permet d'expliquer ces contradictions qui ne sont qu'apparences, surtout si l'on tient compte des usages différenciés et de la diversité des

accords des vins et des mets. Le vin fait partie intégrante de la gastronomie, ne l'oublions pas. Et c'est la raison pour laquelle, pour compléter la connaissance scientifique du sujet, nous proposons une pause gastronomique à l'issue de chaque chapitre thématique que chacun pourra s'amuser à reproduire à la maison. En montrant comment l'évaluation d'un vin peut être influencée par son accompagnement, c'est-à-dire en commentant les vins avant et après le plat ou un simple produit de l'alimentation courante.

Quoi qu'il en soit, la démarche analytique permet à la science d'avancer et au pédagogue d'enseigner. Mais elle permet surtout de ne pas tomber dans une démagogie absurde du « tout se vaut » en essayant d'argumenter que les découvertes en œnologie ne seraient utiles que pour codifier, analyser et découvrir des vérités qui ne serviraient à rien. La science sert à comprendre, mais sert aussi à aimer. Nous espérons bien en convaincre le lecteur amateur. Car, scientifique ou pas, le plaisir hédonique est de toute façon la condition originelle de notre objectif.

Nous défendons l'idée que la part d'auto-éducation est primordiale dans l'apprentissage à aimer ce que l'on aime plutôt qu'à aimer ce qu'aiment les prescripteurs. Le lecteur prendra ce qu'il voudra dans les rubriques de cet ouvrage qui peut très bien être lu de façon non linéaire. Car il nous appartient à tous d'aimer si nous voulons valoriser. Et nous valorisons mieux ce qui nous tient à cœur, culturellement parlant. C'est là le sens important de la troisième définition de la valeur, celle qu'accorde le

consommateur pris individuellement, et non pas collectivement. Car le consommateur représentatif n'existe pas.

La diversité des goûts et le goût de la diversité

L'hétérogénéité ? Ce terme est à coup sûr l'un des mots-clés de notre contribution. S'il est communément référencé que nous sommes tous différents sur nos goûts alimentaires, notre éducation, en fonction aussi du pays qui nous a vus naître, que l'on soit jeune ou vieux, fille ou garçon, français ou portugais, etc., il est souvent un peu moins admis que notre capacité individuelle à détecter des signaux donnés par des molécules est également largement différenciée au sein d'une population. La pandémie de Covid-19 (2019-2021) et son corollaire d'anosmie spectaculaire et très individualisée, ont rappelé à tous notre inégalité génétique vis-à-vis de la sensibilité olfactive. Tout ceci est aujourd'hui bien référencé dans les travaux scientifiques et facilite l'enseignement en œnologie en explicitant de manière plus concrète cette hétérogénéité et ces difficultés individuelles spécifiques.

Il est facile en effet de faire découvrir à un groupe d'étudiants ou de professionnels comment se répartissent les sensibilités individuelles et de montrer que chacun possède une facilité à sentir l'une ou l'autre des molécules du vin. Il est tout aussi démonstratif de décrire nos difficultés, voire nos propres anosmies spécifiques, comme l'anosmie à l'odeur de violette de la bêta-ionone fortement répandue dans la population, ou à « l'odeur de souris » apportée dans un