



HAL
open science

Faire valoir : le marché comme instrument de l'action collective. Le cas des vins à qualité environnementale

Geneviève Teil, Sandrine Barrey, Sandrine Blanchemanche, Pierre Floux,
Antoine Hennion

► To cite this version:

Geneviève Teil, Sandrine Barrey, Sandrine Blanchemanche, Pierre Floux, Antoine Hennion. Faire valoir : le marché comme instrument de l'action collective. Le cas des vins à qualité environnementale : Le cas des vins à qualité environnementale. Colloque international les approches pragmatiques de l'action publique, Nov 2007, Bruxelles, Belgique. 25 p. hal-04171254

HAL Id: hal-04171254

<https://minesparis-psl.hal.science/hal-04171254>

Submitted on 26 Jul 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Faire valoir : le marché comme instrument de l'action collective. Le cas des vins à qualité environnementale

Teil, G., Barrey, S., Blanchemanche, S., Floux, P. et Hennion, A.

« Les approches pragmatiques de l'action publique », Colloque international 15-16 novembre 2007, Bruxelles

Abstract : Convaincus qu'il fallait rendre la culture de la vigne plus respectueuse de l'environnement, des producteurs ont peiné à faire reconnaître leur souci du bien-être collectif en demandant la reconnaissance d'un label « bio » pour le vin. La signalisation partielle qui leur a été concédée « vin provenant de raisins issus de l'agriculture biologique » se retrouve aujourd'hui au milieu de multiples labels, certificats et étiquetages prônant chacun une interprétation particulière de la notion d'environnement et la dénonciation des initiatives alternatives.

Pour tenter d'ordonner cette prolifération, une lourde enquête de terrain a été menée auprès de plus de 250 acteurs du marché, producteurs, buveurs, journalistes, administrateurs, etc.

S'accusant mutuellement de duplicité, les différentes qualifications environnementales des vins cohabitent de manière très conflictuelle. L'appui pragmatique sur les différents moyens de saisir, qualifier et désigner la qualité environnementale permet d'éviter de réduire les initiatives à des stratégies intéressées, de décrire comment un dispositif juridique au demeurant assez simple (un ensemble d'étiquettes) cadre la circulation marchande complexe et très diversifiée des vins à préoccupation environnementale, et finalement de recomposer les notions d'information et de transparence.

L'analyse détaillée des controverses, des points de débat, des solutions techniques et des façons de présenter les diverses pratiques affichant leur souci de l'environnement débouche sur une possible caractérisation de l'efficacité très inégale des mesures, des qualifications et des normes, mises en regard de leur capacité à conforter ou non la constitution de filières cohérentes (même minoritaires) allant des producteurs aux consommateurs, et à assurer une possible valorisation commerciale des vins de qualité environnementale.

I. INTRODUCTION

L'enquête sur laquelle nous nous appuyons porte sur les vins « bio », ou soucieux de qualité environnementale. Les problèmes et les résultats que nous avons choisi de présenter dans cette communication visent un objectif plus particulier : caractériser les diverses « organisations marchandes » qui, de façon concurrentielle, ont essayé depuis une trentaine d'années de se mettre en place pour *faire valoir* ces produits.

Cette enquête a été menée dans le cadre d'un programme plus large, portant sur la prescription et, plus généralement, sur les façons de faire agir et de se faire agir. Des amateurs de vin, de musique ou de morilles, à la conduite en état d'ivresse, aux « réactions » aux campagnes de prévention, en passant par l'aide à domicile de malades d'Alzheimer, notre travail a porté directement sur l'analyse pragmatique des comportements, dans des situations diverses caractérisées elles aussi par de fortes injonctions, positives ou négatives, pour définir collectivement et faire valoir « ce qui est bon », pour soi-même, pour chacun, ou pour la collectivité (comme lorsqu'on se bat pour préserver la qualité traditionnelle d'un produit agricole ou artisanal, pour l'authenticité d'une pratique artistique ou sportive, pour des formes de soin à la personne, ou contre le cancer ou l'insécurité routière).

Les deux principaux outils sur lesquels s'appuient les collectifs concernés par ces questions sont d'une part l'appareil législatif et administratif, pourvoyeur de lois, de normes et de règles, si l'on sait les concevoir et les faire appliquer, et d'autre part, à l'autre bout de la chaîne, les associations, qui permettent de partager de façon variée les expériences, de les fédérer, de les mettre en débat et de s'entendre sur des objectifs. Il s'agit bien d'un effort collectif, passant par des montages, des expériences, des dispositifs, pour changer les comportements – développer un sens de la qualité, humaniser ou enrichir des relations, éviter des accidents ou des maladies, augmenter la responsabilité ou le goût, etc. Selon les cas, la « demande » et l'« offre » de règles, de normes et de prescriptions se distribuent très inégalement, entre l'État et les particuliers, à la fois en quantité et en contrainte : on peut penser par exemple au contraste maximal entre d'un côté l'activité intense et volontaire d'amateurs, formant par leurs pratiques et leurs expériences partagées ou contradictoires un cadre d'appréciation et d'attachement commun à l'objet de leur passion, tardivement accompagné de quelques réglementations sur des aspects souvent latéraux, et de l'autre l'appareillage technico-législatif, juridico-policié et socio-éducatif complexe que les pouvoirs publics et les associations concernées doivent monter sur le long terme pour tenter de diminuer un risque comme le tabagisme ou l'insécurité routière ; une action comme celle des associations de malades se situerait dans une position intermédiaire.

La place du marché

Ces configurations de l'action collective sont chaudes, impliquées. Amateurs ou militants, tenants du droit ou du bien, fourbissent leurs armes pour défendre leur cause. S'il y a dans l'affaire quelques biens à échanger et quelques professionnels à rémunérer, le marché ne semble intervenir là que comme un intermédiaire froid, agissant en sous-main dans une enceinte extérieure à ces combats – nous ne faisons là que répéter le credo constant de l'économie qui accompagne comme une ombre les marchés réels, enroulant dans ses voiles disciplinaires leurs dispositifs matériels et leurs opérations concrètes, comme pour les faire aller de soi, *marcher* tout seuls. Même dans les cas où le marché paraît plus actif, il reste perçu comme une contrainte négative, dont les effets classiques, comme la recherche du moindre coût, l'exploitation néfaste des asymétries d'information, la valorisation des

aubaines, vont plutôt en sens inverse de la cause commune : il fait baisser la qualité par la copie et la standardisation, il fait faire des économies sur la sécurité ou la santé, il privilégie le court terme sur la durabilité, etc. Dans les cas moins hostiles, comme ceux de l'art ou du luxe, où l'existence d'un marché de la qualité semble au contraire fournir un appui précieux à la possibilité collective de maintenir l'existence et l'échange d'un bien exigeant, difficile à produire et à apprécier, le marché n'en reste pas moins analysé comme une nécessité externe, un moyen neutre par lequel il faut bien passer pour permettre la production et l'acquisition de biens, mais qu'il faudrait savoir confiner à sa place : la vraie valeur serait établie ailleurs, dans la chaleur du travail créatif des grands producteurs et la passion des grands amateurs.

Dans les domaines de la qualité, du luxe, de l'art, plus encore qu'ailleurs, il s'agit bien là de la vision dominante du marché, qu'elle soit favorable ou critique, qu'elle soit celle du sens commun ou celle des sciences sociales. Dire que le marché de l'art contemporain n'est plus qu'un jeu de cotes n'est pas le décrire, mais le dénoncer. Dire qu'on achète des produits chers non parce qu'ils sont bons mais parce qu'ils sont chers, c'est critiquer le luxe ou le snobisme, non pas décrire le fonctionnement efficace d'un marché qui saurait déterminer la valeur des biens. Dit autrement, dans ce cas sur un mode critique, on retrouve là ce statut paradoxal constant prêté à l'économie, et qu'elle ne cesse de renforcer elle-même : comme il n'a pas à être *fait*, c'est comme si le marché n'avait pas d'extérieur, de contrepoids possible. Il serait à la fois neutre, tant qu'on ne le voit pas, et tout puissant, si soudain on perçoit son intervention.

Cette approche néo-classique et normative du marché est critiquée par les contributions de l'économie des conventions et de la sociologie économique qui participent à l'analyse fine des fonctionnements des marchés. Ce champ recouvre des approches très différentes, néanmoins elles partagent l'hypothèse que la compréhension des marchés doit passer par une critique de l'irréalisme du marché théorique, en promouvant une analyse empirique des marchés concrets. Si la plupart des travaux de la sociologie économique et de l'économie des conventions s'intéressent à l'action du marché, c'est généralement pour en saisir moins le déroulement et les effets que les déterminants extérieurs et préalables — cultures, institutions et réseaux sociaux (pour une analyse d'ensemble voir Lie, 1997 ; Steiner, 2005 ; Swedberg, 2005).

S'il est indéniable que le corpus produit dans ce champ est important, le marché reste néanmoins de ce point de vue encore un marché « froid », « encadré » dans un cadre social (Le Velly, 2002) ou des réseaux sociaux (Chiffolleau et Laporte, 2004) dont on ne voit pas le dynamisme propre, son activité, en relation avec son environnement, ses objets, ses acteurs. En particulier, les travaux qui s'inscrivent dans la lignée de la « nouvelle sociologie économique » proposée par Mark Granovetter (1985), tout en voulant mettre à distance les approches sous-socialisée et sur-socialisée de l'action économique, contribuent finalement à réifier – et à faire exister – la figure d'un « marché froid », en rapportant les différentes conceptions de l'action économique à une unique dimension sociale. L'action économique, dans cette perspective, reste tributaire d'institutions, de représentations et de structures relationnelles formées préalablement à l'action, et limitées aux associations entre humains.

Notons immédiatement, pour nous contredire, des travaux qui ont cherché à montrer le dynamisme propre des marchés, comme celui de Franck Cochoy (2002) sur la normalisation. Il montre de quelle manière la marque NF de conformité aux normes devient un premier pilier pour l'information du consommateur. La normalisation s'étant associée dans l'après-guerre à la certification, elle « signale » aux clients la conformité d'un produit aux normes techniques, le différenciant des autres produits. Mais l'activité du marché ne s'arrête pas là. L'auteur montre comment, progressivement, les représentants des consommateurs, de mieux en mieux informés, s'aperçoivent que si la marque NF apporte bien une information sur la qualité d'un

produit, elle en dit peu sur la nature de la qualité. En outre, ils se demandent si les exigences inscrites dans les normes sont suffisantes. Sont alors mis en place, les deux autres piliers de « la doctrine normative du client » : l'étiquetage informationnel et les essais comparatifs. Ainsi, comme le montre l'auteur, si les dispositifs consuméristes (étiquetage informationnel et essais comparatifs) et la normalisation étaient solidaires et complémentaires, ils étaient en même temps concurrents, car, implicitement, la conduite des premiers permettait l'examen critique de la seconde. Les consommateurs font à leur tour le marché. Citons aussi, les travaux relatifs aux consommateurs actifs (Bianchi, 1998) ou à « l'activisme consommériste » tels que le boycott, l'achat « responsable », que Dubuisson-Quellier et al. (2007) qualifient de contestation sociale contre le marché.

Le marché agit, mais non pas comme une entité abstraite d'après ses lois (Callon, 1998). Lui aussi, il faut le « faire agir ». Pour éviter la perpétuelle dénonciation de l'irréalisme de l'*homo œconomicus*, des travaux proposent de prendre acte de la capacité à calculer des acteurs économiques, tout en considérant avec plus d'attention les dispositifs, les acteurs, les modèles économiques, les logiciels et les prescripteurs qui « rendent le calcul possible » (Callon et al., 2000 ; Teil, 2001 ; Musselin et al. 2002 ; Callon et Muniesa, 2003 ; Barrey, 2006 ; Callon et al. 2007). Cette littérature apporte beaucoup à notre cadrage d'ensemble par l'analyse des transactions marchandes (Cochoy et al., 2000, Aspers, 2005). Elle prolonge aussi les travaux d'auteurs qui, à l'interface avec la sociologie de la connaissance économique, se sont intéressés au rôle d'acteurs spécifiques des marchés, les prescripteurs, ceux qui apportent des informations aux consommateurs, appuyant ainsi leur décision dans un univers complexe (Hatchuel, 1995 ; Karpik, 2000 ; 2007 ; Cochoy, 2003), même lorsqu'ils trouvent leur limite en bouclant l'analyse sur le recours à une variable sociale exogène, comme la confiance.

Mais pourquoi en effet « marcher » avec la façon dont le marché dit qu'il marche, « tout seul » ? Pourquoi ne pas réchauffer le marché, dans une figure symétrique, en lui accordant une capacité d'action instrumentale, sélective, sur les biens et les attachements eux-mêmes ? Une capacité certes non plus totale et aveugle, mais partielle, non plus générale et uniforme, mais différentielle. Au lieu de rechercher classiquement les formes d'intervention sur le marché susceptibles d'avoir des conséquences économiques (positives ou négatives), la force d'une hypothèse exactement inverse se fait jour, peu à peu, à l'intersection des questions qu'ont soulevées la pragmatique de l'action et des attachements, d'un côté, et la sociologie économique et l'anthropologie des marchés, de l'autre.

Les marchés de la qualité¹, en particulier à cause des prescriptions positives sur les biens et les pratiques qu'ils doivent constamment produire, offrent un excellent terrain empirique pour mettre à l'épreuve cette conception du marché comme un instrument particulier, distinct mais de nature analogue à l'appareil législatif ou à l'action organisée volontaire. Réglementation, normes et institutions économiques sont non plus en opposition, comme dans l'économie néo-classique, mais, à l'inverse, des outils de l'action. Cette conception donne au marché, ou plutôt aux marchés cette fois, un rôle à la fois plus modeste, dans la mesure où ils ne font rien seuls, et plus efficace, dans la mesure où ils font bien quelque chose de différent, si on le leur fait faire. Ils sont un moyen comme un autre pour *faire faire* (produire, acheter, se comporter) et pour *faire valoir* (une qualité, une façon de produire, un souci environnemental, une définition de la bonne vie). Moyen actif mais insuffisant par lui-même, qu'il faut réaménager en permanence, équiper et installer matériellement, combiner avec d'autres pour le faire tenir,

¹ Pour la mise en perspective du contexte économique et juridique et de la fabrication de la qualité alimentaire, voir (Stanziani, 2005).

mais qui par là même peut prendre des formes variées, et qu'on peut utiliser pour faire des choses très différentes.

Faire valoir une qualité

L'étude sur laquelle s'appuie cette communication tente précisément de rendre compte des différentes manières dont des acteurs ont tenté de *faire valoir* la qualité environnementale des vins ces dernières décennies. Comment l'action collective, et en particulier l'organisation marchande, a-t-elle pu ou non en étendre la reconnaissance ? Dans un précédent travail sur l'alcoolisme au volant, nous avons étudié l'interaction entre une prescription et ses destinataires. Dans ce cas, l'ampleur des campagnes de communication permettait de supposer que tous les conducteurs connaissaient l'interdiction de boire en conduisant, y avaient réfléchi, avaient composé une attitude. De fait, lors des entretiens, tous les acteurs se sentaient d'une manière ou d'une autre touchés. Même dans les quelques cas où ils se disaient non concernés, cette mise à l'écart de la portée de la prescription était souvent très calculée, toujours élaborée. Le cas de la qualité environnementale étudié ici est différent : la qualité environnementale des vins n'est pas suffisamment reconnue aux yeux de ses partisans, et il s'agit pour eux de l'inscrire toujours plus fort dans le collectif.

L'expression « faire valoir » le souligne : les concepts, les hiérarchies, les choses ou les personnes ne s'imposent pas d'elles-mêmes. À faire valoir son droit, aussi bien que les arguments, ou un préjudice, ou encore l'existence d'une personne ou d'un objet, l'on s'attache à faire exister, à faire reconnaître, à faire peser ceux-ci. Faire valoir ne se réduit pas à faire faire ; le mot reconnaître ne doit pas être entendu au sens de la découverte qui met à jour ce qui existe déjà, mais de l'actualisation qui fait accéder au monde. Pour exister, la chose en question doit être capable de manifester une valeur – la valeur se découvre elle aussi, au sens fort, dans l'action, autant dans les échanges ou les négociations sur le marché, que dans un lent travail préalable qui vise à *faire valoir*.

Pour étudier cette advenue de la qualité environnementale, quelques précautions théoriques ou méthodologiques sont nécessaires. La qualité n'est pas une donnée, déjà là. C'est son existence même qui constitue l'enjeu de l'activité déployée. Dans notre enquête, la notion de qualité environnementale est donc restée totalement ouverte, ce qui a permis d'y inclure un ensemble d'acteurs qui évitaient fermement les étiquettes écologistes pour se battre au nom de la qualité gustative du vin. Nous avons adopté la même philosophie vis-à-vis des acteurs et avons traqué la qualité environnementale auprès de vignerons, bien sûr, de consommateurs, de restaurateurs et distributeurs, des pouvoirs publics, des journalistes, des interprofessions... Compte tenu de l'ampleur du travail à effectuer, nous avons limité le travail d'enquête à deux régions viticoles, les Pays de Loire et le Languedoc Roussillon, et interrogé au cours de 230 entretiens quelque 284 personnes² toutes concernées d'une façon ou d'une autre par la question de la circulation marchande de vins à qualité environnementale.

² Le nombre d'interviews de consommateurs ne tient compte que des entretiens « formels », et non des entretiens réalisés au cours des séances d'observation, lors de salons ou de séances de dégustation notamment. Il est donc très largement inférieur au nombre de consommateurs consultés.

| Tableau récapitulatif | | | total |
|-----------------------|-----|-----------------------|-------|
| production | 115 | coop | 3 |
| | | coop AR | 4 |
| | | coop bio | 3 |
| | | producteur | 16 |
| | | producteur qualenvi | 5 |
| | | producteur AR | 17 |
| | | producteur bio | 39 |
| | | producteur bd | 23 |
| | | producteur VN | 5 |
| distribution vente | 37 | Grande distribution | 11 |
| | | négoce | 1 |
| | | Distributeur bio | 2 |
| | | caviste | 16 |
| | | boutique bio | 5 |
| | | caviste bio | 2 |
| Institutionnels | 46 | Ministère | 5 |
| | | Encadrement technique | 14 |
| | | Syndicat agricole | 7 |
| | | Syndicat AOC vin | 14 |
| | | certification AR | 5 |
| | | certification bio | 1 |
| journaliste | 10 | journaliste | 10 |
| restaurateur | 3 | restaurateur | 3 |
| demande | 13 | consommateur | 13 |
| firme phyto | 6 | firme phyto | 6 |
| total | 230 | total | 230 |

Tableau de répartition des entretiens

| Languegoc Roussillon | Pays de Loire | Paris | autres | Total |
|-------------------------|------------------|-------|--------|-------|
| 80 | 99 | 47 | 4 | 230 |

Provenance géographique des personnes interrogées

Cette communication débute par le cas de la réglementation des AOC, mise en place au début du 20^e siècle, qui s'était centrée sur la qualité gustative des vins. Elle se poursuit avec les qualifications environnementales récentes du vin, telles qu'elles sont ressorties de notre étude, chacune ayant élaboré de façon différente sa relation avec la qualité gustative du vin. Nous avons identifié trois élaborations de la qualité environnementale, qui coexistent aujourd'hui. Nous décrivons ci-après la façon dont les échanges marchands ont été organisés ou se sont réorganisés pour lui faire une place.

II. FAIRE DE LA QUALITÉ UNE SOURCE DE PROFIT : LES AOC VINICOLES

Au début du 20^e siècle, la production française sort péniblement de la crise du phylloxéra qui a anéanti la plupart de nos vignobles. Pour pallier le défaut de raisins, les producteurs inventent une large gamme de techniques et produits de substitution ; parallèlement, les vignobles du Nouveau monde viticole se développent et proposent bordeaux, sherries, portos et champagnes.

Un sénateur du Bordelais ressent une menace pour la production française, en particulier parce que des années de produits de substitution ont rendu le consommateur incapable de faire la différence entre les bons et les mauvais vins. Il faut donc indiquer au consommateur quels sont les bons vins. Après plusieurs tentatives législatives, une loi instaure les Appellations d'Origine Contrôlées qui cherchent à faire la part entre les vins de table et les vins de qualité en rendant obligatoire le retour à l'encépagement et aux techniques de vinification « traditionnels ». La qualité, dans ce montage, est définie par les professionnels, en premier lieu les producteurs, qui sont chargés de veiller à sauvegarder leur patrimoine commun, la réputation de leur vignoble. Le respect des conditions qui définissent les AOC permet au producteur d'apposer sur sa bouteille la mention « vignoble » Appellation d'Origine Contrôlée. Ce cadre, aujourd'hui contesté, a servi de référence pendant un siècle à la définition de la qualité dans le domaine du vin, nous commençons donc par en tracer à grands traits la genèse et le fonctionnement.

Faire de l'achat une discrimination

Cette mesure tranche avec l'interprétation habituelle des marchés selon laquelle les échanges marchands sont réglés par les pressions conjuguées des producteurs et des consommateurs. Ici, les consommateurs reconnus incompétents sont remplacés par une « information », contrôlée par les pouvoirs publics, fournie par les producteurs. Mais la collusion toujours possible entre les auteurs de la définition de la qualité et les metteurs en marché ne tarde pas à éveiller les soupçons. De plus, la notion de qualité que désigne l'information des AOC n'est pas circonscrite par une norme. C'est un mélange d'obligations de moyens et de résultats qui cadre la qualité avec la notion de *terroir* et juge le résultat au moyen d'une dégustation d'agrément conduite par des professionnels, des producteurs.

Le terroir est une combinaison de facteurs matériels, pédologiques, météorologiques, biologiques, et humains, savoir faire, pratiques, techniques viti-vinicoles, dont le succès a été salué par une réputation antérieure. En outre, même si quelques spécificités locales sont reconnues, telles que des emplacements de vignobles, une taille particulière, une cueillette hors norme, la définition du terroir ne se replie pas pour autant sur la tradition, elle laisse ouvert un espace de recherche, d'innovation.

Garantir l'information : le relais de la critique vinicole

Les buveurs qui ne sont pas intéressés par la qualité restent libres d'acheter d'autres produits, les vins de table. Mais ceux qui recherchent des produits de qualité s'interrogent sur la crédibilité des AOC. Et ce sont les acteurs eux-mêmes qui ont inventé et ajusté une solution, la critique vinicole, qui s'est chargée de vérifier que la qualité des vins ayant une prétention qualitative, donc les vins d'AOC, manifestaient effectivement cette qualité. La crédibilité est une recherche sans fin de nouvelles garanties, et la critique n'a pas échappé à cette spirale, ce

qui, de mises en cause en soupçons, l'a amenée à inclure un nombre toujours croissant d'experts, eux-mêmes de plus en plus expertisés.

De plus, le travail d'évaluation de la qualité des vins s'est doublé d'une vigilance sur les prix, de sorte que la hiérarchisation verticale des qualités s'est adossée sur une hiérarchisation des prix : pour les critiques qui pensaient ainsi inciter les producteurs à grossir les rangs des vigneron de qualité et ainsi toujours élargir l'éventail de l'offre, les vins reconnus les meilleurs pouvaient prétendre à des prix plus élevés. Ce prix plus élevé venait en paiement de coûts de production qui pouvaient être plus élevés, et récompensait le résultat d'un travail réussi. Les buveurs qui voulaient boire les meilleurs vins devaient accepter d'en payer le prix, et le faisaient, entretenant une compétition pour la qualité, elle-même arbitrée par la critique, dont les bonnes notes avaient un impact déterminant sur les ventes.

Ce travail sans cesse recommencé des acteurs pour répondre aux menaces, soupçons, contestations de la pertinence des signes d'AOC a permis son émergence comme un signal de qualité largement reconnu et emprunté au delà de nos frontières ; au delà du signe, il a fait reconnaître la production française comme la meilleure production viticole du monde.

Les pouvoirs publics ont donc donné aux producteurs un outil d'information dont les acteurs ont forgé le succès marchand, et grâce auquel ils ont organisé une forme particulière de marché, nettement différenciée du marché des vins de table, parce qu'une nouvelle ressource, la critique vinicole, permettait de prendre de la distance non seulement avec « les goûts des clients », mais aussi avec les prix de revient de fabrication.

En fin de compte, le sénateur Joseph Capus auquel on doit non seulement la loi sur les AOC, mais surtout l'analyse des précédents échecs législatifs, peut être content, même si le résultat dépasse vraisemblablement toutes les espérances qu'il avait pu formuler.

L'émergence de deux « organisations marchandes »

Pour faire valoir une définition professionnelle de la qualité gustative, pour lui octroyer une place, un rôle, un pouvoir dans les échanges marchands, l'administration a équipé les consommateurs d'un outil à « faire la différence » : les AOC. Grâce au succès qu'il a rencontré, le vin n'a plus été du vin, mais du vin *ou* du vin de qualité. Et cette différence n'a pas été un simple nouveau paramètre introduit dans les relations marchandes, une simple différenciation verticale de la qualité. Elle a engendré la structuration de deux collectifs marchands distincts.

Les deux étaient constitués autour d'acteurs économiques intéressés par les performances des produits qu'ils produisaient, vendaient ou achetaient. Mais leur évaluation était bien différente. D'un côté, une évaluation détaillée de la qualité gustative du vin était réalisée par des dégustateurs professionnels qui invitaient ensuite les buveurs à en payer le prix. De l'autre, c'est surtout le coût du produit qui importait³. La qualité gustative était ignorée, ou secondaire au regard de l'optimisation économique, au mieux considérée comme une variable d'ajustement de la rentabilité. Cette différence à propos du rôle que pouvait ou devait jouer la notion de qualité en entraînait un cortège d'autres dans l'attention portée au produit, sa présentation, son choix, sa distribution, son appréciation, sa consommation, que ce soit par les fournisseurs, les producteurs ou les consommateurs. Ces deux interprétations de la notion de qualité maintenaient les deux collectifs dans un état de controverse et d'affrontement, voire de

³ Les vins de table étaient rarement goûtés et ce n'est que récemment que l'on a exigé d'eux d'être ajustés « aux goûts du marché ».

concurrence dans le prosélytisme, chacun revendiquant la légitimité de son existence et contribuant ainsi à créer et entretenir la différence. Une fois acquise, l'attention particulière, partagée au sein des deux collectifs et différente entre eux, indiquait à tous les acteurs comment se comporter et participer à ces collectifs marchands. Nous avons choisi de les appeler des « organisations marchandes » pour souligner qu'ils ne sont pas seulement composés d'individus, mais aussi de techniques et d'instruments de connaissance, de décision, d'appréciation, qu'ils soient économiques, moraux, scientifiques, sociologiques, psychologiques, philosophiques, etc. La liste n'a de borne que celle que les acteurs de ces organisations parviennent à y mettre.

Ces deux organisations marchandes sont distinctes : les mots n'y ont pas le même sens, les pratiques y sont différentes, les prix et les produits qui y sont vendus ne sont pas les mêmes, les clients et les vendeurs non plus, ni les prix. Compte tenu du caractère central de l'appréciation de la qualité, on peut rapprocher cette notion de l'activité déployée autour des *conventions de qualité* (Eymard-Duverney, 1989). Cette dernière inclut bien la procédure de test ou d'épreuve qui accompagne l'explicitation de la qualité. Mais les conventions rendent mal compte des débats qu'elles suscitent et surtout des usages différenciés qu'elles engendrent. C'est pourquoi nous avons préféré tenter de saisir les arrangements marchands par les collectifs munis de leurs instruments, procédures et équipements plutôt que par ces équipements.

L'idée d'organisation marchande pourrait s'accommoder à première vue de celle que suggère le terme marketing de « segment de marché », à condition d'y mettre bien l'ensemble des acteurs concernés et non, comme c'est souvent le cas, de ne désigner qu'un groupe socioculturel de consommateurs ou un sous-ensemble de caractéristiques de produit. Les vins de qualité prétendent à une certaine qualité. Cela ne signifie pas que les vins qui n'y prétendent pas n'en aient pas, mais qu'ils ont une certaine capacité à résister aux tests qu'on leur fait subir. Enfin, les études de consommation ont noté, en même temps que le marché des vins de qualité se développait, une dislocation de la structure socioculturelle des consommateurs de vin. L'adhésion à la notion de qualité n'était pas toujours liée aux revenus ni aux apprentissages sociaux.

De plus, le mot de « segment » introduit l'idée d'une exclusion, on appartient à un segment ou un autre, comme si l'ensemble de l'activité marchande pouvait être découpée en ensembles disjoints et indépendants. Or les deux organisations marchandes que nous venons d'évoquer ne sont pas indépendantes. La controverse qui les divise peut aussi en faire une ressource double pour acheter ou vendre, si la coexistence des deux n'est pas vue comme un danger. Des producteurs ont des gammes de produit qui passent de l'une à l'autre. Selon les cas, ils espèrent ainsi acquérir du prestige et mieux vendre les autres vins, mutualiser les risques en jouant sur deux tableaux, entretenir une danseuse aux frais de produits plus rentables, etc. De leur côté, les revendeurs entendent profiter des vins moins chers de la viticulture de table pour attirer des clients et tenter de les convaincre d'accorder plus d'attention aux produits de qualité. Les amateurs de vin eux-mêmes soumettent leurs achats à la comparaison des vins de table, pour sans cesse tester la validité de la différence entre les deux. Les deux organisations marchandes se retrouvent ainsi échanger, par exemple des clients, ou du prestige. Il n'y a pas là la simple modulation d'une variable le long d'un système économique plus large. À travers l'attention accordée ou non à la qualité gustative du vin, c'est toute une configuration des pratiques, des comportements, des évaluations et des choix qui se trouve réorientée. La densité des controverses et des remises en cause est un indicateur décisif de cette opposition, qui empêche de la réduire à l'alternance binaire d'un paramètre.

III. ÉMERGENCE ET ÉVOLUTION DES ORGANISATIONS MARCHANDES LIÉES À LA QUALITÉ ENVIRONNEMENTALE DES VINS

La notion de segment de marché suggère l'idée d'une certaine fixité de la rencontre entre un segment de l'offre et un segment de la demande. Et ce n'est toujours qu'après coup que leurs découpages sont invalidés. Les organisations marchandes viticoles saisissent au contraire des collectifs en mouvement ou qui ne se figent que si l'on parvient à éteindre toute discussion sur leur fonctionnement. Les cas de la qualité environnementale sont exemplaires sur ce point. Le débat et la réflexion sont de règle. Les comportements, les principes, les instruments et les techniques ne cessent de les réorienter au fil de leurs propres changements.

Cette seconde partie tente de montrer comment la question de la qualité environnementale des vins a pu ou non conduire à l'émergence de nouvelles organisations marchandes, ou à leur transformation.

Le vin bio, une qualité non discriminante

Dans les années 1970-80, une double dénonciation traverse l'agriculture. Les nouvelles méthodes productivistes et intensives qui ont été développées pour assurer l'autosuffisance alimentaire de la France sont jugées néfastes ou potentiellement néfastes pour la santé et/ou pour l'environnement. De plus, nombre de ces adversaires de la modernité agricole jugent qu'elles sont aussi le fruit d'une mauvaise organisation de l'économie, l'économie de marché et sa recherche de profit, qui, en poussant vers toujours plus de rentabilité, conduit à promouvoir des pratiques agricoles dangereuses pour les consommateurs, les producteurs et la nature.

L'organisation marchande a-profitable du bio

Des producteurs optent alors pour un principe de précaution radical, l'agriculture biologique, qui bannit le recours à la chimie de synthèse des pratiques agricoles. Ce principe de précaution implique de trouver des solutions de remplacement qui débouchent sur des théories agronomiques alternatives, approfondies – si elles existent déjà comme l'anthroposophie - ou générées au sein d'un espace collectif de questionnement et d'expérimentation. L'agriculture biologique est une « idéologie » quand on la décrit de l'extérieur, une « philosophie » ou une « hygiène de vie » lorsqu'elle est pratiquée. Des consommateurs adhèrent à cette initiative et recherchent ces produits authentiques dans leur fabrication et leur valeur, parce qu'elle n'a pas été biaisée par des intérêts marchands trop aiguisés. Les prix ne font donc pas problème. Une circulation marchande émerge, aux réseaux courts, où les acteurs, producteurs, coopératives de distribution et acheteurs, partagent un engagement éthique. Les bonnes pratiques font débat : faut-il s'arrêter au refus de la chimie, ou bien le respect de la nature doit-il aller au-delà ? Celui-ci est-il possible toujours et partout ? Où sont les limites de la chimie ? Selon les écoles, les courants, les qualités environnementales se différencient en plusieurs appellations : Déméter, Nature et Progrès, agrobiologie.

Contrairement aux vins d'AOC, la différenciation qualitative des produits qui en résulte ne s'appuie pas sur un dispositif de valorisation. Ce n'est pas parce que l'on est « plus bio que bio », que l'on peut prétendre à des prix supérieurs. Le prix des produits est simplement lié aux coûts de production et à la pérennisation de l'exploitation, tenue bien souvent par des agriculteurs aux besoins d'autant plus modestes qu'ils ont aussi renoncé aux tentations et aux besoins modernes. Interrogés, les producteurs ne sont pas d'accord sur les surcoûts engendrés par la production bio. Les uns insistent sur le surcroît de main d'œuvre, les autres sur les gains générés par l'absence de produits, les derniers sur l'impossible évaluation de la richesse

morale que génèrent ces pratiques productives. La réticence des producteurs à faire des comptes et à parler d'argent en fait des vendeurs contraints, et ce sont bien souvent les distributeurs avec lesquels ils entretiennent une relation d'étroite dépendance qui assurent la vente, la recherche du client, et la fixation des prix.

Exister collectivement comme différence requiert de débattre des modes de différence, mais aussi de se prémunir d'agressions, de menaces, de l'opportunisme des autres. Comment être sûr que l'opportunisme économique ne conduit pas certains producteurs indécents à proposer de faux produits biologiques ? Comment s'assurer que l'éthique est bien un garant efficace de l'action et des pratiques ?

Des associations militent alors pour la reconnaissance de l'agriculture biologique comme technique alternative de production. L'agriculture biologique dans ses multiples versions et cahiers des charges est reconnue par les pouvoirs publics en 1981. Le *Label Agriculture Biologique (AB)* certifié apparaît en 1993⁴ ; il garantit par contrôle que les modes de production ne recourent à aucun produit chimique. Le vin pose une difficulté supplémentaire : la vinification recourt au SO₂, considéré comme un produit essentiel et indispensable de la fabrication des vins. Or, il est interdit par les chartes et législations bio. Jusqu'en janvier 2005, seule la mention « vin issu de raisins de l'agriculture biologique » était autorisée, non le logo AB. Depuis, cette mention doit toujours se trouver sur les bouteilles, mais elle est accompagnée du logo⁵.

La vinification biologique est actuellement garantie par des cahiers des charges privés. Comme les précédents, Déméter, Nature et Progrès, ce label a un coût qui se traduit par une augmentation des prix des produits bio. Pour les producteurs et défenseurs du bio ce surcoût ne signifie rien d'autre que la rémunération du travail d'autrui, le financement de l'association qui le délivre, la participation à une cause. Cependant, comparé aux autres produits non bio, en particulier par les consommateurs occasionnels ou les clients des grandes surfaces où sont installés des stands bio, le surcoût suggère une différence. Ce prix supérieur est-il le signe d'une valeur supérieure ? Pour les consommateurs et les producteurs, la réponse est positive : « les produits sont plus sains parce qu'exempts de résidus de produits de traitement » ; ils sont aussi souvent « meilleurs au goût parce qu'ils sont le produit d'une agriculture extensive, aux rendements faibles, préparés et mis en marché par des agriculteurs et des distributeurs attentifs ». Ils ont aussi une propriété additionnelle, leur achat œuvre à la préservation de l'environnement. Deux modes de consommation se superposent donc. Dans le premier, le consommateur achète pour son intérêt privé, individuel ; dans le second, il le fait pour favoriser l'existence d'un état du monde qu'il juge préférable.

Cette dernière modifie la notion de marché ou, plus exactement, elle configure l'organisation collective qui assure la circulation marchande. De même que pour les OGM ou le commerce équitable, la consommation devient un geste en tout ou en partie politique, c'est-à-dire une préférence accordée à certaines pratiques ou comportements. Le marché est ici un outil pour les consommateurs, pour lesquels il se présente comme une alternative aux voies habituelles de la représentation et de l'action politique : acheter bio, c'est appuyer directement les comportements et pratiques alternatifs des agrobiologistes.

⁴ Certains producteurs le refusent et n'utiliseront jamais le label bio pour commercialiser leurs produits. Le label rajoutait des frais, ce qui introduisait le calcul économique dans la bergerie. Pour eux, c'était la confiance qui devait assurer à elle seule le tri entre les bons et les mauvais.

⁵ Il semble que cette possibilité de mettre le logo sans pouvoir dire « vin bio » relève surtout de contraintes d'harmonisation européenne.

Les producteurs bio sont traités de marginaux, de rêveurs, d'asociaux. Aux yeux des paysans traditionnels, de la recherche agronomique, de nombre consommateurs, leur rejet de l'économie « ordinaire », leur pudeur vis-à-vis de la commercialisation font de ces « 68-ards » des « enfants gâtés » ; leur recherche d'une agriculture différente, des « farfelus ». Pourtant, ils produisent, vendent. En matière de vins, ils exportent plus de la moitié de leur production.

L'élargissement de l'organisation marchande bio

Au début des années 1990, le bio marche bien, les vins bio s'exportent très bien. Quelques rares producteurs posent la question de la croissance de l'organisation marchande : la production bio doit se généraliser et donc conquérir des surfaces agricoles. La France est à la traîne des pays européens avec des parts de marché de l'ordre du pourcent quand elles avoisinent les 10 ou 15% dans les pays nordiques. La majorité des producteurs craint que l'élargissement n'affaiblisse l'éthique ou la philosophie bio, en attirant des acteurs vendeurs ou consommateurs plus opportunistes. Par dessus tout, ils craignent la grande distribution.

Alors que les pouvoirs publics sont préoccupés par les crises de surproduction régulières auxquelles se heurte la filière vins traditionnelle, cette filière « propre » qui commercialise avec succès aussi bien des vins d'AOC que des vins de table les intrigue. Comparée aux autres pays, la filière française semble même souffrir d'un déficit de l'offre. Dès 1992, quelques années après la création du label bio, ils proposent des subventions aux agriculteurs qui souhaitent se convertir au bio (Aides à la conversion, puis Contrats Territoriaux d'Exploitation, et enfin Contrats d'Agriculture Durable). La grande distribution, qui y voit notamment une source d'amélioration de son image de marque, s'associe à l'entreprise. Elle doit transformer la demande « latente » de bio en une demande « réelle », en faisant connaître l'existence de ces produits au grand public et en les mettant à sa disposition. Le surcoût du bio est souvent cité comme limite au développement de la filière ; elle met en place une distribution des produits fondée sur la rationalisation économique, qui remet la gestion des coûts et le calcul de la rentabilité au cœur de l'organisation marchande⁶. À la surprise des pionniers de l'agrobiologie et de l'économie alternative (il suffisait de *ne pas* calculer pour rendre sans objet la comparaison, noyée dans une masse d'éléments inchiffrables), le bio devient synonyme de surcoût de production (de 20% à 200% selon un rapport à la direction de l'INRA (Bellon et al., 2000)). La grande distribution développe des circuits longs pour toucher une demande éloignée des centres de production, fait pression sur les prix, tente de regrouper les volumes pour faire des économies d'échelle. Des viticulteurs bio s'adaptent, deviennent négociants pour élargir leur offre, optimisent les coûts, multiplient les étiquettes en fonction des attentes du marketing. Loin de leur faire renier leurs convictions, cette démarche est pour eux le seul moyen de sortir l'agrobiologie de son ghetto et d'en généraliser les pratiques. Il faut optimiser les coûts pour amener les consommateurs, toujours attachés aux prix, à encourager la production biologique.

Ceux qui pensent qu'une telle évolution ne peut se faire qu'au détriment de la qualité biologique des vins et résistent, voient alors leur organisation marchande alternative se modifier. Les coopératives et les structures de distribution alternatives persistent, notamment à cause du refus de ces producteurs de s'adresser à la grande distribution, dont ils contestent la philosophie et les méthodes. Cependant, elles sont soumises à la concurrence et, bon gré mal gré, la plupart épouse les mêmes calculs de gestion des coûts que les grandes surfaces.

⁶ « En 1998, elles représentaient 35 à 40% du marché des produits bio. » Sylvander, B. 1998. *La consommation des produits biologiques et la demande*. INRA UREQUA.

Au demeurant, les nouveaux viticulteurs bio ne partagent pas nécessairement le rejet de l'économie de leurs prédécesseurs. Leur conversion a une double motivation : les pratiques agrobiologistes sont meilleures que les pratiques conventionnelles, certes, mais la conversion doit aussi les amener sur des marchés plus pérennes que la viticulture conventionnelle. Ils réfléchissent au fonctionnement de leur exploitation, de sorte à assurer, au minimum, la survie économique de leur exploitation.

Bio donc bon

Les subventions à la conversion s'avèrent plus efficaces à augmenter les volumes produits que la grande distribution ne l'est à générer des achats. De plus, le marché allemand s'effondre après la réunification des deux Allemagnes.

Les buveurs français de vin bio sont avant tout des consommateurs de bio⁷, non pas des amateurs de vin. De leur point de vue, le vin bio est meilleur, en particulier au goût, ce fait ne fait pas problème. Au contraire, les amateurs de vin, eux, ne cessent de se demander si la qualité des produits qu'ils achètent est réellement conforme aux prétentions qui accompagnent la bouteille. Leur recherche de la meilleure qualité des vins fait proliférer les sources d'information, les dégustations, les expérimentations. Rien de tout cela chez les consommateurs de bio, pour lesquels la qualité de ces produits est une évidence : meilleurs au goût, meilleurs pour leur santé, ce qui, dans le cas du vin, fait bien souvent de leur choix une adhésion culturelle ou politique, plutôt qu'une consommation ordinaire. De leur côté, les buveurs de vins de table, en général très sensibles au prix, ne jettent même pas un regard aux bouteilles du rayon bio des grandes surface. La critique vinicole, médiateur déterminant de la construction des jugements et des réputations, ne s'est jamais intéressée à ces vins bio, qui ne sont pas faits par des vigneron créateurs, « artistes ». Les amateurs de vin, comme elle, les ignorent. Enfin, producteurs et revendeurs se heurtent à un problème moins attendu, l'image déjà très naturelle du vin en général. Les acheteurs de vins de qualité moins attentifs au goût que les amateurs ne différencient pas le vin bio des autres vins car pour eux, tous les vins sont des produits naturels, sains, élaborés par des vignerons attachés à leurs vignes plus qu'à leur porte-monnaie, qui contribuent donc à la bonne santé de l'environnement. Le caractère bio du vin est un pléonasme : ni meilleur, ni plus sain, il n'a aucune qualité singulière qui le fasse entrer dans les choix des acheteurs.

Dès lors, les viticulteurs bio, notamment en Languedoc, qui avaient investi en pensant trouver une niche commerciale, peinent à vendre. Leurs caves pleines, ils se voient contraints de commercialiser à regret leur produit bio dans les circuits classiques de distribution des vins, quitte à vendre trop bon marché. Les quelques vignerons qui veulent que les ventes soient tirées par le marché utilisent tous les ressorts de l'économie et du marketing pour limiter leurs coûts et maintenir leur marge. Ils sont heureux qu'on les écoute enfin, le commerce est le commerce, il faut vendre, quitte à écouler des vins bio sur le marché conventionnel, au prix des vins conventionnels. Et cette baisse du prix n'est pas toujours vue comme un handicap, une manière de nier la différenciation bio, elle peut au contraire constituer une ressource : si le vin bio devient compétitif, il pourra rivaliser à armes égales sur tous les marchés et générer de bonnes occasions pour un nombre toujours plus grand de producteurs, sans compter que sur l'ensemble des clients, quelques-uns au moins s'interrogeront sur le petit signe vert « AB ».

⁷ L'intérêt de ces consommateurs de bio est aussi ébranlé par une enquête de 60 millions de consommateurs réalisée en 1999 qui trouve des résidus de pesticides dans les produits bio. Les pratiques des agrobiologistes ne sont pas nécessairement en cause. Il peut en effet s'agir d'une contamination par le voisinage. Mais l'agriculture biologique ne parvient pas à garantir l'absence de résidus dans les produits bio.

Le glissement vers les vins de qualité : bio et bon

Une partie de l'interprofession du vin bio choisit une autre solution en remettant en question le lien d'évidence entre agrobiologie et goût fait par les buveurs. En 2001, poussée également par l'évolution des vins d'AOC, la Fédération Nationale des Vins issus de l'Agriculture Biologique (FNIVAB), tente d'inciter les producteurs à hausser leur niveau qualitatif en organisant un concours des vins bio. Il s'agit de lutter contre leur mauvaise réputation auprès des consommateurs de vin de qualité conventionnels : des vendanges et des vinifications insuffisamment maîtrisées par des agriculteurs trop peu investis dans la recherche qualitative et qui, de surcroît, doivent vinifier des raisins à la qualité et la maturité moins bien contrôlée que les raisins ordinaires. Une critique dédiée au vin bio, jusque-là confidentielle⁸, s'étoffe doucement à partir de 2001⁹. Elle s'adresse à la fois aux consommateurs de bio, dont elle cherche à éduquer ou plutôt à problématiser le goût, afin qu'ils sachent reconnaître le bon grain de l'ivraie et favorisent ainsi par leurs achats la meilleure production et la naissance de bonnes réputations, et à la critique vinicole traditionnelle qu'elle espère ainsi intéresser aux questions environnementales. C'est donc en ajoutant au vin bio une qualité, le bon goût, que l'interprofession espère conquérir de nouveaux adeptes. Ce faisant, le vin bio cesse d'être un produit bio pour devenir un bon vin. Il devient un produit intéressant pour l'organisation marchande des vins de qualité.

Enfin, l'organisation marchande des pionniers et des ultras a résisté tant bien que mal, et pressé les producteurs les plus réticents de s'occuper de commercialisation et de prix de revient. En effet, la distribution alternative qui a dû se soumettre à la concurrence imposée par la grande distribution a répercuté la pression économique qu'elle subissait sur les producteurs. Ces viticulteurs dénoncent aujourd'hui cette évolution aberrante du bio vers le bio « commercial », autrement dit vers une production où l'on ne fait plus du bio pour sauver la planète, mais pour alimenter une organisation destinée à générer du profit au vu de leurs propres critères économiques. Mais ils n'ont guère d'autre choix que de s'y plier, ou d'ajouter à leurs préoccupations écologiques celle de la qualité gustative du vin. S'ils font ce second choix, il les contraint à abandonner leur espace économique alternatif, grignoté par l'optimisation des coûts – irrationnelle de leur point de vue –, pour une organisation marchande attentive à récompenser le travail bien fait. Le passage est relativement aisé, et nombre de producteurs bio aujourd'hui tendent à rejoindre les vins de qualité.

L'agriculture raisonnée : une alternative économique et technique au bio

Le bio institue un principe de précaution en bannissant « la chimie ». L'agriculture raisonnée propose une alternative. Ses premiers partisans sont d'accord sur un constat. Les pratiques agricoles modernes ne sont plus satisfaisantes : elles ont perdu en efficacité et leur innocuité est loin d'être démontrée. Mais faut-il pour autant condamner la chimie ? Deux réponses se font jour. Pour les uns, le bio est vu comme une solution exceptionnelle, due à des situations, des terroirs, des niches écologiques particulières. Elle représente un risque jugé inacceptable pour la plupart des exploitations. Solution optimale, mais non généralisable, il faut lui trouver

⁸ Un guide des vins bio bisannuel paraissait depuis 1985.

⁹ Le premier concours Amphore avait lieu en 2001. La 7^e édition, en 2007, a réuni 385 vins. En ce début de 21^e siècle, cinq guides récents ont été consacrés au vin bio, et quelques dossiers spéciaux écrits par des journalistes vinicoles sont publiés dans la presse quotidienne ou hebdomadaire généraliste, l'Humanité, le Point, Le Nouvel observateur. En 2002, la FNIVAB organisait son premier salon parisien du vin bio où tous les vins étaient mis en dégustation au stand, comme dans tous les salons des vins. La question de la qualité gustative des produits devenait centrale.

une version dégradée qui permettra au final une amélioration collective des pratiques agricoles. Pour les autres, le progrès scientifique, et donc l'innovation chimique elle-même, est le mieux à même de perfectionner les produits phytosanitaires pour les rendre à nouveau acceptables. Car le non chimique laisse des impasses économiques et techniques : des surcoûts ingérables et des maladies sans traitement. De plus, certains traitements bio sont réputés être aussi dangereux que la chimie, que ce soit à cause de la toxicité des poisons naturels, ou de l'augmentation des doses due à la moindre efficacité des produits, aux résistances et au manque de traitements de substitution. Dès lors que le bio n'est plus une panacée, l'on peut et doit réfléchir à une alternative, qui soit non pas une solution dégradée mais un usage contrôlé, intelligent de la chimie, enrichie de nouveaux produits de traitement plus efficaces, moins polluants, moins dangereux pour les agriculteurs comme pour les consommateurs.

Des vignerons pionniers de la démarche font connaître leur engagement et créent Terra Vitis¹⁰ (1990). Ils font des émules au sein de l'ensemble des agriculteurs. Le Forum pour l'Agriculture Raisonnée et le Respect de l'Environnement (FARRE) naît en 1993. Tout comme l'agriculture biologique, l'agriculture raisonnée, qui cherche alors encore son nom, est une démarche, une réflexion, et non un code de pratiques. Démarche réflexive visant à diminuer le recours aux produits phytosanitaires, elle doit s'appliquer à l'ensemble des activités agricoles de l'exploitation – ce n'est pas une certification de produit – et être en constante amélioration. Des cahiers des charges entendent néanmoins fixer un seuil minimal de pratiques. Le nombre des chartes d'agriculture (QualiTerre (2003) et de viticulture raisonnée s'accroît.

Grossir et dépasser le plein de volontaires

Selon les adeptes, l'agriculture raisonnée est une obligation morale envers le reste des habitants de la planète, une obligation sanitaire pour eux-mêmes utilisateurs et pour les consommateurs. Mais dès le début, ces agriculteurs défendent l'obligation d'un changement de vaste ampleur parmi les agriculteurs, au nom du bien public environnement, mais aussi des problèmes de contamination¹¹ par les pratiques des voisins.

En étiquetant la bouteille, les vignerons veulent attirer l'attention des distributeurs et des consommateurs. FARRE s'organise en un réseau de compétences qui doit mailler l'ensemble de la surface agricole française pour diffuser le nécessaire renouveau des pratiques. Les entreprises phytosanitaires filiales de grands groupes de la chimie emboîtent tout de suite le pas dans cette voie qui relance l'innovation et la recherche, et les aide à mieux connaître leurs produits et à réfléchir à leur usage. La recherche nationale ne s'était guère intéressée au bio, trop loin de ses cadres de pensée. Elle s'investit plus dans l'agriculture raisonnée. L'épidémiologie fine et localisée des maladies permet aux centres techniques locaux de produire des conseils et des alertes de traitement lorsque la pression d'un ravageur ou d'une maladie est jugée trop importante. Avec l'aide des centres techniques locaux, les adhérents se structurent en petits collectifs d'agriculture raisonnée au sein desquels ils partagent leurs observations et leurs expériences et mettent en place une traçabilité de leurs pratiques. En peu

¹⁰ Du côté des grandes cultures, le référentiel QualiTerre né de l'initiative des conseillers agricoles de la région picarde ne date que de 2003.

¹¹ Le bio souffrait de l'émiettement des parcelles bio, qui faisait que les produits bio « bénéficiaient » des produits de traitement des voisins. Ainsi leur qualité bio était-elle circonscrite aux moyens de culture, sans effet garanti sur les résultats.

de temps, ils constatent que l'on peut considérablement diminuer les traitements préventifs. Des potentiels d'économie de produit très importants, de l'ordre de 40%¹², sont annoncés.

Une fois fait le plein de volontaires, comment soutenir l'accroissement du nombre des adeptes ? Les promoteurs s'adressent alors aux chefs d'entreprise, agriculteurs et viticulteurs, qui doivent assurer la pérennité de leur exploitation. Terra Vitis se fait connaître à l'export sur des marchés qui sont depuis longtemps favorables aux pratiques plus respectueuses de l'environnement, notamment au Japon. Des producteurs affiliés estiment que ce logo leur assure de meilleures ventes, par un prix, des volumes supérieurs ou au moins une préférence. Faute de pouvoir toujours démontrer une augmentation de revenus liée à l'information agriculture raisonnée, ce sont les économies de produit qui sont mises en avant, puis la nécessité de moderniser les exploitations, de devancer une réglementation qui évolue de plus en plus vite vers l'obligation de diminution des traitements.

Le contrôle des intérêts économiques

La grande distribution, à la recherche de prestige moral en même temps que d'avantage concurrentiel, suit les questions environnementales. Après le bio, elle s'intéresse de près à l'agriculture raisonnée qui lui semble mieux adaptée aux structures économiques modernes. Des enseignes commencent à réfléchir à l'organisation de filières d'autant plus prometteuses qu'elles semblent moins contraintes par l'étrécissement de l'offre que le bio. Puis, en 1997, la crise de la vache folle joue le rôle de catalyseur : les gros producteurs comme les coopératives et surtout la grande distribution sentent le risque sanitaire important que fait planer l'usage des produits de traitement. Elles mettent en place leurs propres cahiers des charges, dans lesquels l'agriculture raisonnée s'inscrit dans les démarches de traçabilité qui permettent de circonscrire les problèmes en cas de crise. Cette initiative déclenche une attitude plus active des pouvoirs publics, qui ne veulent pas laisser la définition de l'agriculture raisonnée aux mains de la grande distribution. L'examen des cahiers des charges proposés par la grande distribution convainc rapidement les pouvoirs publics que celle-ci ne dispose pas d'une expertise technique suffisante. Ensuite, il semble imprudent de laisser à un acteur fortement dépendant de la santé économique des marchés de définir ce que doit être le respect d'un bien public, l'environnement. De la même manière, le forum FARRE réduit la participation financière des entreprises phytosanitaires à ses activités¹³, car on lui reproche de ne plus pouvoir dominer les intérêts marchands de ses encombrants partenaires dans la définition de l'agriculture raisonnée.

L'AR pour tous ou l'échec de la différenciation

Les pouvoirs publics tentent de mettre la main sur une définition de l'agriculture raisonnée qui semble s'éparpiller au gré des cultures, des ambitions raisonnées des uns et des autres d'une part, mais aussi de l'interprétation économique que des acteurs puissants peuvent en faire. En 2000, M. Paillotin est chargé de préciser les moyens d'une démarche de protection de l'environnement pour l'ensemble de l'agriculture. Il s'agit de créer une dynamique susceptible de tirer toute l'agriculture. Il est exclu de durcir la loi existante qui souffre déjà de nombreux écarts. Ensuite, « l'absence de marché » ne permet pas de financer cette qualification par un surprix.

¹² Communication d'un chercheur lors de l'enquête.

¹³ Le financement de FARRE par l'union des industries phytosanitaires passe de 80% en 1993 à 20% en 2006.

Le rapport (Paillotin, 2000) propose une qualification volontaire liée à un cahier des charges au contrôle aussi peu coûteux que possible pour éviter le problème du calcul économique de retour sur investissement. Les exigences sont faibles, un peu au dessus de la législation, afin d'inciter tout le monde à faire un premier pas qui ne « coûte rien ou presque », puis de se laisser porter par un mouvement ascendant de renforcement progressif des exigences. La qualification nationale Agriculture raisonnée qui voit le jour en 2003 unifie les démarches éparpillées et leur confère une validité indépendante des produits et des lieux. C'est toute l'agriculture française qui doit ainsi démontrer son engagement envers l'environnement. Pour donner de la force au rouleau compresseur, le mot « agriculture raisonnée » lui est réservé.

Les autres démarches, en général plus exigeantes notamment parce qu'elles sont adaptées à des productions voire des régions particulières, se trouvent privées de leur dénomination. Leurs adhérents, pour continuer à se prévaloir de l'agriculture raisonnée et de leur qualification plus exigeante, doivent cumuler les frais des deux qualifications. L'abaissement des exigences tire la notion d'agriculture raisonnée vers le bas et démobilise les agriculteurs qui en étaient le fer de lance : leur démarche de pointe se retrouve assimilée à ce qu'ils nomment une hypocrisie. Une accusation fait alors florès, qui stigmatise l'inutilité de la qualification nationale : « c'est la même chose que la réglementation ». Les associations perdent des adhérents, qu'ils reconquièrent en partie en accordant leurs cahiers des charges et en rendant l'adhésion au moins-disant automatique. Mais la qualification nationale reste un échec, dans la mesure où elle n'amène aucun nouveau volontaire : de sa création à 2006, FARRE a dispensé 80 000 formations en Agriculture raisonnée et retenu seulement 2 500 adhérents. Le passage à l'acte reste difficile, des arguments naissent ou renaissent qui expliquent les dangers, les difficultés et les menaces que fait peser l'agriculture raisonnée. Il n'appartient pas aux agriculteurs de financer cette amélioration de la qualité des produits, mais au consommateur ; or, celui-ci n'accepte pas de payer plus cher pour une viticulture économe en produits. De plus, un problème plus large d'image politique vient encore compliquer les choses. Alors que les promoteurs de la démarche demandent des campagnes de communication de grande ampleur afin de mobiliser les consommateurs, les syndicats agricoles renâclent. Pour eux, des campagnes ne peuvent qu'accroître le doute dans l'esprit de consommateurs que l'on dit de plus en plus inquiets à propos de la qualité des produits agricoles.

Le consommateur est resté et a été laissé relativement à l'écart de l'agriculture raisonnée, et tout particulièrement de la viticulture raisonnée. Les adhérents de Terra Vitis qui, comme certaines coopératives, avaient parfois peiné à en respecter le cahier des charges, font leurs comptes : l'adhésion aux chartes a un coût qui n'est pas toujours compensable par les économies de produits ; elle nécessite des réorganisations parfois assez lourdes de l'organisation de l'exploitation. Presque tous affirment ne jamais avoir vendu une seule bouteille au consommateur grâce au logo ; ils ne communiquent d'ailleurs pas avec leur consommateur sur le sujet.

Le succès d'une définition industrielle de l'agriculture raisonnée : la traçabilité

L'agriculture raisonnée a disparu de l'avant-scène ; les distributeurs n'ont pas assez de volumes pour entamer des campagnes de communication. Mais, chez les plus gros producteurs exportateurs ou fournisseurs de la grande distribution, la traçabilité est restée et, avec elle, des techniques essentielles de l'agriculture raisonnée, comme l'inscription et le suivi des traitements, sans lesquels aucune réflexion sur leur diminution ne peut être engagée.

En effet, la grande distribution a abandonné l'idée de valoriser une qualification agriculture raisonnée, mais elle est restée attachée à la traçabilité, tout particulièrement celle des produits

phytosanitaires. En l'exigeant à l'export, en particulier, elle a continué de faire vivre l'agriculture raisonnée qui est devenue une condition d'accès à la mise en marché, inconnue des consommateurs. Le marché n'est plus une caisse de résonance, c'est devenu un diffuseur de qualification qui tente d'intéresser les acheteurs intermédiaires. C'est désormais un outil de ségrégation interne, entre des viticulteurs « modernes » et les autres, qui subsiste à l'insu du consommateur.

L'AR passager clandestin de la qualité industrielle

L'espace de la circulation marchande n'est pas un lieu unifié, mais se trouve orienté localement par des organisations marchandes plus construites, stabilisées autour de principes, de définitions, de moyens d'évaluation relativement partagés. Mais cette structuration est toujours provisoire, et dépend des acteurs qui contribuent à produire les échanges marchands. Tout comme au début du 20^e siècle, avec les AOC ou avec le bio, l'action des pouvoirs publics a contribué à transformer une démarche en un seuil. Bien entendu les différences de recul historique rendent les comparaisons douteuses, à cause notamment de la durée de l'action. Mais les questions restent. Dans les trois cas, le consommateur était exclu de la définition de la qualité ; en outre, dans les deux cas de la qualification environnementale, bio ou AR, la question de la supériorité des produits distingués par la qualification n'allait pas de soi, et il a enfin bien fallu constater que le consommateur n'a pas voulu, ou n'a pas pu, devenir le relais d'une incitation à produire propre, ou d'une lutte contre l'amoralité environnementale.

Le consommateur parti, la qualité s'est trouvée réinterprétée dans des clauses de cahiers des charges de qualité industrielle. Or la qualité industrielle des produits ne s'intéresse qu'à la conformité. Elle ne fait que s'assurer que les qualités initiales du produit sont bien conservées de lot en lot, au fil du processus de production et de distribution. Une fois la pointe de la réflexion démobilisée, le contenu de la qualité environnementale n'avait plus d'espace de discussion ni de débat. Elle a cessé d'exister en tant que telle, pour épouser quelques critères « anti-crise ». Peut-être la relance de la recherche sur l'agriculture raisonnée permettra-t-elle de ranimer cette définition de la qualité environnementale.

Alors que la perspective des amendes ne parvenait pas à peser sur la conformité des exploitations viticoles, et plus généralement agricoles, l'économie semble renouer avec l'efficacité en cette fin 2007. Avec un léger décalage, la France préparait depuis 2005-2006 l'application de l'éco-conditionnalité des aides européennes, qui fait dépendre l'attribution des aides du respect de normes environnementales. En trois ans, la perspective d'une pression économique directe sur le revenu a vaincu l'inertie et amené une accélération de la mise aux normes des exploitations. Mais le changement ne s'arrête pas aux frontières du calcul économique. Une responsable de syndicat agricole en charge de ces questions dit noter un regain d'intérêt ou du moins une baisse de l'opposition envers l'agriculture raisonnée, suite à ce premier pas. Il se peut dès lors que la qualification nationale puisse retrouver son rôle de « premier pas qui ne coûte pas grand-chose ». Mais afin de ne pas rester confinée à ce statut bien modeste, de « pas grand-chose », elle aura besoin d'un espace de débat sur la qualité environnementale.

Les vins de terroir et la relance de la différenciation qualitative

La défense des AOC a conduit à la mise en place d'une compétition pour l'excellence gustative parmi les producteurs. Une vaste procédure d'évaluation et de hiérarchisation des vins s'est peu à peu constituée au cours du 20^e siècle. Elle était accrochée sur les AOC, car celles-ci étaient considérées comme faisant le départ entre les vins sans prétention qualitative,

les vins de table, et les vins de qualité, les AOC en France, au sein desquels se recherchaient les meilleurs produits.

L'environnement, une nouvelle ressource pour les terroirs

La recherche de l'expression du terroir a toujours mobilisé l'attention des producteurs d'AOC. Depuis les années 1990, cette recherche agite la réflexion autour des pratiques viticoles. Elle conduit un nombre croissant de vigneron·nes à revenir à une viticulture plus frugale, économe en produits, et souvent plus traditionnelle, plus intensive en main d'œuvre, en façons culturales, en observations, suivis et expérimentations. Ils bousculent alors les réglementations d'AOC, restées en dehors de l'évolution agronomique pendant tout le 20^e siècle. Pour un petit nombre d'entre eux, les techniques viticoles modernes mettent en danger la pérennité des terroirs.

Les sols, mais aussi les facteurs humains qui contribuent à l'élaboration de la spécificité des AOC, sont pointés du doigt : des études historiques avaient appris à des vigneron·nes que les listes de cépages autorisés par les AOC n'étaient pas toujours fondées sur l'encépagement historique, mais sur un souci de construction d'un collectif de vigneron·nes partageant les mêmes références. La restriction des cépages autorisés, puis la sélection clonale, sont accusées de diminuer la bio-diversité, tout en favorisant des critères aujourd'hui dépassés, comme le rendement à la reprise pour les porte-greffe ou les taux de sucre dans les raisins, notamment au détriment de la finesse aromatique. Avant l'invention des AOC, d'autres cépages étaient cultivés, voire majoritaires dans certaines zones, mais avaient mauvaise réputation auprès des courtiers et revendeurs. Avec les progrès des connaissances en vinification, les vigneron·nes prétendent aujourd'hui en tirer le meilleur, innover, point essentiel de la démarche qualitative, et aussi sauver un patrimoine végétal et historique en voie de disparition.

Parfois, les recherches de ces producteurs, bien que centrées sur la notion historique de terroir et de naturalité, débouchent sur des vins « hors cadre », qui ne satisfont pas les critères de la dégustation d'agrément, passeport indispensable à la commercialisation sous AOC. Vins trop colorés ou pas assez, vins atypiques, trop doux ou pas assez, issus de cépages interdits ou réputés de mauvaise qualité, fragilisés par la diminution des doses de SO₂¹⁴, ils sont rejetés des dégustations d'agrément. Il ne reste plus aux viticulteurs qu'à les commercialiser en vins de table. Pourtant ces vins revendiquent l'expression la plus fidèle du terroir, c'est-à-dire ce qui fait le cœur vital de l'AOC.

Une contestation des AOC

Le débat a pris de l'ampleur. Il en vient à stigmatiser des AOC qui ne jouent plus leur rôle de conservation du patrimoine viticole, en laissant les techniques viticoles s'intensifier à l'excès, au préjudice de la conservation des sols, des plants les plus intéressants, des contrôles des rendements et, finalement, de la qualité des vins. De leur côté, les syndicats d'AOC maintiennent leur exclusion, accusant ces recherches esthétiques d'aboutir à des monstres.

Déjà, le prix des terres viticoles, ou encore l'identification de terroirs viticoles oubliés des AOC, a incité des vigneron·nes aventureux à s'installer en zone de vins de table, pour y élaborer une production de qualité commercialisée en vin de table. Leur pratique avait su retenir l'attention de la critique ou des amateurs, heureux de trouver ainsi d'excellents vins à des prix souvent inférieurs aux vins d'AOC. Mais l'éparpillement de ces produits n'avait pas ébranlé l'inventaire des terroirs viticoles ; il s'agissait juste de reconnaître le mérite de ces vigneron·nes.

¹⁴ Le dioxyde de soufre est une ressource importante de l'œnologie pour ses vertus anti-oxydantes et antibactériennes.

Cette fois-ci, ce sont les AOC elles-mêmes qui engendrent des « vins de table de qualité ». Dans certaines régions comme les pays de Loire, les initiatives des producteurs ont attiré l'attention de la critique, qui a bien souvent accueilli favorablement ces produits et aidé une commercialisation, à des prix souvent bien supérieurs aux AOC de la région, auprès d'amateurs auxquels les distributeurs puis les journalistes ont appris à passer outre l'étiquette.

Avec l'introduction de ces nouveaux vins de terroir, l'organisation marchande des vins de qualité a renforcé son scepticisme *a priori* vis-à-vis de toutes les prétentions et des allégations officielles. S'il lui arrivait auparavant d'aller chercher des vins de table français, c'était en général pour servir d'aiguillon à la production d'AOC, mais, hormis quelques exceptions reconnues, ces vins ne parvenaient pas à s'imposer. Aujourd'hui, tout particulièrement en Pays de Loire, c'est la capacité même des AOC à distinguer les vins ordinaires et les vins à prétention qualitative qui est dénoncée.

Au sein de l'organisation marchande des vins de qualité, la mise en cause des AOC se diffuse chez les amateurs et auprès de la critique. Que les AOC traversent une « crise » n'est pas un fait extraordinaire ; elles l'ont fait tout au long de leur histoire, et c'est par leur capacité à toujours répondre aux attaques et aux menaces qu'elles ont assuré leur dynamisme. Mais dans ce cas, la mise en cause, plus fondamentale, n'est plus tant celle de la crédibilité d'un système d'évaluation, comme auparavant, que celle du fondement même de la différence avec les vins de table.

Bon ET propre : deux qualités séparées pour l'administration viticole

Le départ entre les deux catégories était assis sur un choix de cépages qualitatifs : mais les nouveaux vins de terroirs redécouvrent les vertus des anciens « mauvais » cépages, quand ils sont bien cultivés. Il se fondait ensuite sur le degré des vins que, tous ensemble, réchauffement climatique, nouvelles techniques de viticulture et problèmes d'alcoolisme périssent. Enfin, les bonnes pratiques agronomiques parlaient de taille, de rendement, mais non des bonnes manières d'entretenir le terroir, d'en maintenir les potentialités. Or, l'évolution des techniques de culture, et en particulier l'usage des pesticides et herbicides, sont accusés de détruire les terroirs au nom de la maximisation de bénéfices et du maintien de parts de marché durement mises à mal par la concurrence étrangère.

Le débat met en cause l'abaissement des standards qualitatifs qui a pour preuve, selon les détracteurs, les constantes autorisations de dépassement des rendements. Il dénonce aussi le dévoiement de la qualité des vins, normalement définie par les professionnels dans les AOC, qui tend à s'aligner sur « les goûts du marché », et, dans le même geste, il remet en cause leurs garants, les vignerons de l'AOC dégustateurs des jurys d'agrément.

La menace montant, l'INAO ne reste pas sans réaction. Le président Renou propose d'abord une réforme pour relancer la différenciation qualitative vers le haut en créant une élite au sein des AOC, élite plus attachée au terroir et donc à des techniques de viticulture plus respectueuses des sols et du matériel végétal. Mais cette réforme avorte. De même, une commission « terroir et environnement » ne débouche pas : l'administration du Ministère de l'Agriculture considère que les deux registres, celui de la qualité gustative des produits et celui de la qualité environnementale, doivent être traités séparément. Elle s'oppose de front aux viticulteurs qui défendent le fait que la protection de l'environnement est une condition nécessaire à la pérennisation et à l'expression des terroirs. La dernière réforme, en cours, des syndicats d'AOC ne revient donc pas sur la notion de terroir et d'environnement, mais tente de raffermir la dégustation d'agrément en transformant les syndicats d'AOC en organismes de gestion, plus indépendants des producteurs, et en professionnalisant les jurys de dégustation.

Propre pour être bon : le développement de marques en marge des AOC

Les vignerons qui soutiennent la nécessité de renforcer la protection environnementale des terroirs pour maintenir une production de qualité voient aujourd'hui leurs rangs se gonfler de vignerons bio qui, pour assurer leur qualité de professionnels ou trouver des débouchés commerciaux, ont investi dans la recherche gustative. Une partie de la critique vinicole, encore très limitée, s'est spécialisée dans l'appréciation de ces vins respectueux de leur environnement. Certains journalistes ont déjà fait un choix par rapport aux meilleures techniques viticoles, d'autres restent ouverts, et contribuent ainsi à associer les nouveaux vins bio *et* bons avec les nouveaux vins de terroir, qui font du respect de l'environnement une condition pour parvenir à la qualité gustative.

L'organisation de marché construite sur la différenciation par les AOC a toujours été soupçonneuse envers les étiquettes acquises et très intéressée par l'évaluation de la qualité des vins. Elle s'accommode bien de cette situation. Les vins bien évalués par la critique sont souvent plébiscités à cause de l'intensité de leur engagement dans la recherche du terroir et parce qu'ils renouvellent les débats sur la qualité. Les producteurs, s'ils regrettent de ne pas « avoir l'AOC », tournent le fait en dérision et s'attirent souvent ainsi l'intérêt de clients avides de nouveautés. Grâce à la critique, forts de la bonne évaluation de la qualité de leurs vins, les producteurs peuvent, ainsi qu'ils ont toujours fait, rechercher au sein des vins de qualité une différenciation qualitative appuyée sur leur marque.

Ces viticulteurs insistent sur le fait que le terroir a été dénaturé et qu'il faut reconstruire sa capacité à s'exprimer, sinon tous ces terroirs menacent de disparaître et, avec eux, la notion d'AOC. Pour l'administration, c'est une question de perte de la perception par les professionnels qu'il faut restaurer. Il semble que les deux partis creusent un tunnel chacun de leur côté à la recherche du terroir. Vont-ils se retrouver sur la même notion ou achever de diverger ? L'organisation marchande pourra-t-elle inclure ce débat sur le contenu de la qualité et conserver sa cohérence ? Ou bien les divergences d'évaluation et de hiérarchisation des vins vont-elles déboucher sur deux évaluations de la qualité concurrentes ? L'organisation marchande des vins de qualité entretient une épreuve constante de la qualité. Si la production des vins de table de qualité venait à prendre de l'ampleur, il est probable que la notion même d'AOC ferait l'objet d'une épreuve plus systématique et plus dure. Il n'est pas impossible que l'organisation proposée par René Renou pour les AOC émerge. Dans ce cas, la catégorie supérieure des AOCE pour AOC d'Exception devrait être sans doute renommée AOC Environnementale : le respect de l'environnement y serait alors une ressource de l'exception.

IV. FAIRE VALOIR LA QUALITÉ ENVIRONNEMENTALE

Le recours au marché, ou plutôt à un équipement des buveurs, puis l'engagement des défenseurs de la qualité pour assurer la pertinence de la notion, avaient nourri le dédoublement de son organisation en deux collectifs marchands à la fois étroitement associés et opposés sur le point de l'importance à accorder à la qualité. Faire valoir la qualité avait donc conduit à la faire reconnaître par le plus grand nombre, à lui donner une place dans les choix, puis à accompagner l'étirement du gradient de prix des vins. Les pouvoirs publics ont utilisé les signes de qualité pour tenter de ré-intéresser les vignerons à la qualité des vins ; le cas de l'agriculture biologique est inverse. Ce sont les agriculteurs qui, pour conforter et développer leur production et une économie alternative, ont demandé aux pouvoirs publics de reconnaître la validité de la notion d'agriculture biologique, puis en ont fait une certification de droit privé.

Les pouvoirs publics reprennent ensuite la main et tentent de réorienter une partie de la viticulture traditionnelle, qui essuie de régulières crises de surproduction, vers une filière qui semble manquer de produits.

Cette fois-ci, c'est bien l'interprétation économique qui est au travail. Dès lors que l'agriculture biologique a explicité son seuil de pratiques acceptables, la conversion au bio peut devenir une question de changement de pratiques, et non plus d'engagement dans la recherche d'une agriculture alternative. Il suffit donc de suggérer aux viticulteurs en difficulté de « passer au bio » et d'accompagner la conversion par des subventions qui permettent d'attendre un retour à la rentabilité de l'exploitation. Il ne s'agit plus tant de faire valoir le bio que d'utiliser le « marché » que l'agrobiologie a créé pour générer de nouveaux profits chez les futurs nouveaux viticulteurs bio. La grande distribution, si efficace quand il s'agit de s'adresser à la masse des consommateurs, doit toucher les consommateurs latents et frustrés.

Mais seule la production de vin bio augmente. Les buveurs restent indifférents aux efforts commerciaux qui leur mettent sous la main les vins bio. Certains ont soupçonné le prix plus élevé de ces vins, et dénoncent des Français incohérents, qui veulent que l'on protège l'environnement, mais ne sont pas prêts à en payer le prix, alors qu'ils peuvent acheter très chers leurs vins de qualité. Quelques viticulteurs pensent au contraire qu'ils ont échoué à faire valoir la qualité bio comme un surplus de naturel, qui de surcroît ne mine pas la qualité gustative. L'interprofession encourage aujourd'hui une reconstruction de la qualité bio des vins qui sache aménager une place à la démonstration de la dimension gustative. Ils rapprochent ainsi leur notion de qualité de la procédure d'évaluation des vins d'AOC. Cette requalification permettra sans doute une hybridation plus forte avec les vins de qualité. L'organisation marchande alternative de l'agrobiologie reste marquée par l'irruption de la rationalisation économique que ses tenants contestaient dans leurs relations avec leurs distributeurs.

L'agrobiologie n'était pas la seule voie possible, et les pouvoirs publics avaient un autre fer au feu, l'agriculture raisonnée, plus économique. Mais la viticulture raisonnée s'est heurtée à la même difficulté que le vin bio, elle n'a pas été adoubée par les consommateurs, qui n'en ont pas davantage voulu payer le prix. Elle a cependant été retraduite en un volet de qualification industrielle, comme outil anti-crise. Mais cette réinterprétation ne touche que les exploitations à l'organisation rationalisée, et surtout ne vaut que sur les gros volumes de produits. L'organisation marchande de ces vins de qualité, focalisée sur le goût, artisanale, aux petits volumes, est-elle donc étanche à la qualité environnementale ? L'administration du ministère de l'agriculture est resté opposé au mélange des genres. Cependant, un nombre croissant de producteurs entend démontrer que la qualité environnementale est une condition de la qualité gustative. Rejetés des AOC, leurs vins ont généré une organisation de marché encore très circonscrite, mais forte de la réorientation de certains vins bio, qui a ouvert l'évaluation de la qualité à celle des pratiques viticoles. Différente à la fois des vins d'AOC, des vins de table, des vins bio, cette organisation de marché émergente pourrait changer le paysage viticole marchand en remettant en cause la définition de la qualité par les AOC.

AOC, vin AB, agriculture raisonnée, mêmes outils, même histoire recommencée – et résultats ô combien différents ! L'organisation marchande des vins de qualité accompagne une extrême différenciation qualitative entre des centaines de milliers de marques appuyée sur une certaine parité entre les prix et les qualités. Celle des vins bio n'y contribue aucunement et n'accompagne d'aucune différenciation en prix les différentes écoles ou marques de l'agrobiologie. L'on pourrait aussi lui opposer celle des vins de table, qui réduisait les qualités recevables au degré alcoolique, puis s'est doucement ouverte à quelques autres signes, comme le cépage aujourd'hui. Contrairement aux vins de qualité, celle des vins bio rejette la notion

de profit, sans parvenir toutefois à imposer ce rejet quand le nombre de viticulteurs bio grossit et qu'entre dans le jeu la grande distribution. Les organisations marchandes offrent même des solutions inédites, comme le furent les AOC en leur temps : par exemple, montrer au plus grand nombre une prétention de qualité, ou au contraire, pour l'agriculture raisonnée, ne la faire connaître que de façon très sélective et l'intégrer comme une contrainte de production seulement.

Un produit, du vin, deux variables qualitatives, le goût et l'environnement, et le « marché » semble éclater. Peut-on encore parler de concurrence, de rationalisation si l'on ne les fait pas valoir dans le cadre marchand qui accompagne ces produits ?

V. CONCLUSION

La qualité environnementale des vins constitue un cas d'école pour analyser empiriquement le marché comme l'un des outillages de l'action collective – en reconnaissant que c'est un instrument assez étrange en effet, difficile à maîtriser, à égale distance des pouvoirs publics et des usagers, qu'il faut savoir configurer, et dont on n'est jamais très assuré des résultats. Les définitions de « la » qualité qu'on y trouve défendues sont complexes, hétérogènes, parfois contradictoires : préservation de l'environnement, défense de l'artisanat, retour à la tradition, souci de la santé, philosophie de la nature, respect du terroir, exigence de qualité gustative, etc. Elles s'articulent sur des modes très variés avec l'état présent de la viticulture, du marché du vin et du goût des consommateurs. Sur ce dernier point crucial, par exemple, celui du rapport entre le fait de produire bio et le goût du vin, les positions vont de l'indépendance à l'intégration totales : « cela n'a rien à voir avec le goût, c'est une façon de produire », versus « il n'est de bon vin que bio, le reste c'est de la chimie... ». Les modalités de l'action collective dont nous avons parlé sont toutes les trois présentes, importantes, et obligées de s'articuler entre elles : un ensemble de normes, d'étiquettes, de contrôles ; la mise en place de filières commerciales, qui fassent connaître, apprécier et acheter ; l'appui sur des engagements forts de consommateurs motivés, défendant un mode de vie, une cause, un goût naturel, le plaisir de boire sans avoir mal à la tête, ou intégrant le vin à un attachement plus large pour les produits bio.

L'histoire du vin bio n'a pas suivi un mouvement rectiligne, qu'une sensibilité croissante à l'environnement aurait alimenté sur le long terme, pour aboutir tant bien que mal à l'installation progressive d'une filière à peu près stable. Au contraire, on a d'abord eu un effet d'ensemble cohérent, dans les années 70, l'image forte que l'appellation même de « vin bio », facilement reçue et identifiée, a à la fois incarnée et favorisée. Bien sûr, il fallait un vin plus naturel, plus authentique, moins toxique, plus sain. Et puis peu à peu, la diversité des conceptions et des pratiques est réapparue derrière l'étiquette unique. Lorsqu'il s'est agi de mettre en place de façon plus ou moins coordonnée un ensemble de normes de production, un réseau de distribution et un attachement des consommateurs, on a assisté à la lente dislocation de la belle unité, vu s'affirmer les divergences affichées entre labels, clans et filières, et s'obstiner la difficulté persistante du vin bio, quelle que soit sa définition, à « trouver » son marché – comme s'il s'agissait d'une clé magique. En quelque sorte, l'histoire s'est écrite à l'envers, c'est celle de la façon dont la notion de vin bio s'est peu à peu défaite – sans doute pour se refaire autrement, les choses ne sont toujours pas jouées. Mais pour le chercheur, sinon pour le vin bio, c'est une chance : en effet, le retour sur les étapes de l'histoire chaotique des divers courants qui se sont opposés pour faire valoir leur conception du vin de qualité environnementale ne conduit pas pour autant à un relativisme un peu désabusé, face à la prolifération désordonnée d'efforts contradictoires et voués à l'échec, ou se vouant eux-mêmes à l'échec. Elle présente au contraire, à travers la formation de trois configurations

assez clairement définies, un terrain de choix pour caractériser et comparer des « organisations marchandes » différentes, et montrer l'hétérogénéité des ressources et des moyens qu'elles ont dû chacune mettre en œuvre pour installer, même de façon provisoire, un marché correspondant à leur façon de définir et de faire reconnaître la qualité environnementale du vin.

RÉFÉRENCES

Abolafia M.Y., 1996. *Making Markets: Opportunism and Restraint on Wall Street*, Cambridge, M.A.: Harvard University Press.

Aspers P., 2005. *Markets in fashion, A phenomenological approach*, London, Routledge.

Barrey, S., 2006. Formation et calcul des prix : le travail de tarification dans la grande distribution, *Sociologie du Travail*, vol. 48, n° 2, pp. 142-158.

Bessy C., Chateauraynaud F., 1995. *Experts et faussaires*, Paris, Métailié.

Bellon, S., Gautronneau, Y., Riba, G., Savini, I. et Sylvander, B. 2000. *L'agriculture biologique et l'INRA: vers un programme de recherche*. INRA, Paris.

Bianchi M., 1998 (Ed.). *The active consumer: novelty and surprise in consumer choice*, Routledge.

Callon M. (ed.), 1998. *The Laws of the market*, Oxford: Blackwell Publishers.

Callon, M., Méadel, C. & Rabeharisoa, V., 2000. L'économie des qualités, *Politix*, vol. 13, n° 52, pp. 211-239.

Callon, M. & Muniesa, F., 2003. Les marchés économiques comme dispositifs de calcul, *Réseaux*, vol. 21, n° 122, pp. 191-232.

Callon, M., Millo, Y. & Muniesa, F. (eds.) (2007), *Market Devices*, Sociological Review monographs, Oxford, Blackwell Publishers.

Cochoy F., 2002. Une petite histoire du client, ou la progressive normalisation du marché et de l'organisation, *Sociologie du travail*, 44, 357-380.

Chiffolleau, Y., Laporte, C., 2004, La formation des prix : le marché des vins de Bourgogne. *Revue Française de Sociologie*, vol 45, n°4, pp.663-680.

Dubuisson-Quellier S., Barrier J., 2007. Protester contre le marché, du geste individuel à l'action collective. Le cas du mouvement anti-publicitaire, *Revue Française de Sciences Politiques*, 57, 2.

Eymard-Duverney, F. 1989. Conventions de qualité et formes de coordination. *Revue Economique* 40. 2: 329-359.

Fligstein N., 2001. *The Architecture of Markets: an Economic Sociology of Twenty-first-century Capitalist Societies*, Princeton NJ: Princeton University Press.

Granovetter, M., 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3, pp. 481-510.

Le Velly, R., 2002. La notion d'encastrement : une sociologie des échanges marchands, *Sociologie du travail*, Vol. 44, n° 1, janvier-mars, pp. 37-53.

- Lie J., 1997. Sociology of Markets, *Annual Review of Sociology*, 23, 241-260
- Musselin C. et al., 2002. Dossier-débat. La qualité, *Sociologie du travail*, vol. 44, n° 2, pp. 255-287.
- Pailletin, G. 2000. *L'agriculture raisonnée*. Rapport au Ministre de l'agriculture et de la pêche.
- Stanziani, A., 2005. Histoire de la qualité alimentaire. XIXe-XXe siècles. Paris, Seuil
- Steiner P., 2005. Le marché selon la sociologie économique, *Revue européenne de Sciences Sociales*, vol 132, 31-64.
- Swedberg R., 2003. The Case for an Economic Sociology of Law, *Theory and Society*, vol.32, 1, 1-37.
- Swedberg, Richard (ed.), 2005. "Introduction," in *New Developments in Economic Sociology*. 2 vols., Aldershood, England, Edward Elgar.
- Teil G., 2001. La production du jugement esthétique sur les vins par la critiques vinicole, *Revue de Sociologie du travail*, 43, 1, 67-89.

Le programme Vins et Pesticides

Volet 1: Etudie l'efficacité des prescriptions de pratiques RE auprès des viticulteurs

Appl.: Bordelais

Moyen : Dégager les freins et déterminants de l'innovation collective que représente le changement des pratiques

Volet 2: Etudie l'efficacité des prescriptions de pratiques RE auprès des viticulteurs

Appl.: Languedoc

Moyen: faire ressortir la capacité individuelle du vit. à remettre en cause ses propres pratiques et à convaincre les autres d'en faire autant.

Volet 3: Etudie la circulation marchande des produits à Qualité Environnementale

Appl.: Languedoc
Roussillon et Pays
de la Loire

Moyen: décrit la formation et l'évolution des organisations marchandes qui permettent la circulation des produits QE et la manière dont elles cadrent la définition de la qualité env.tale des vins et donc les pratiques RE.

Faire valoir une qualité environnementale

~~Le Marché~~ →

Des organisations marchandes

UNE organisation qui impose SA loi et LA rationalité, LA rentabilité et LA qualité

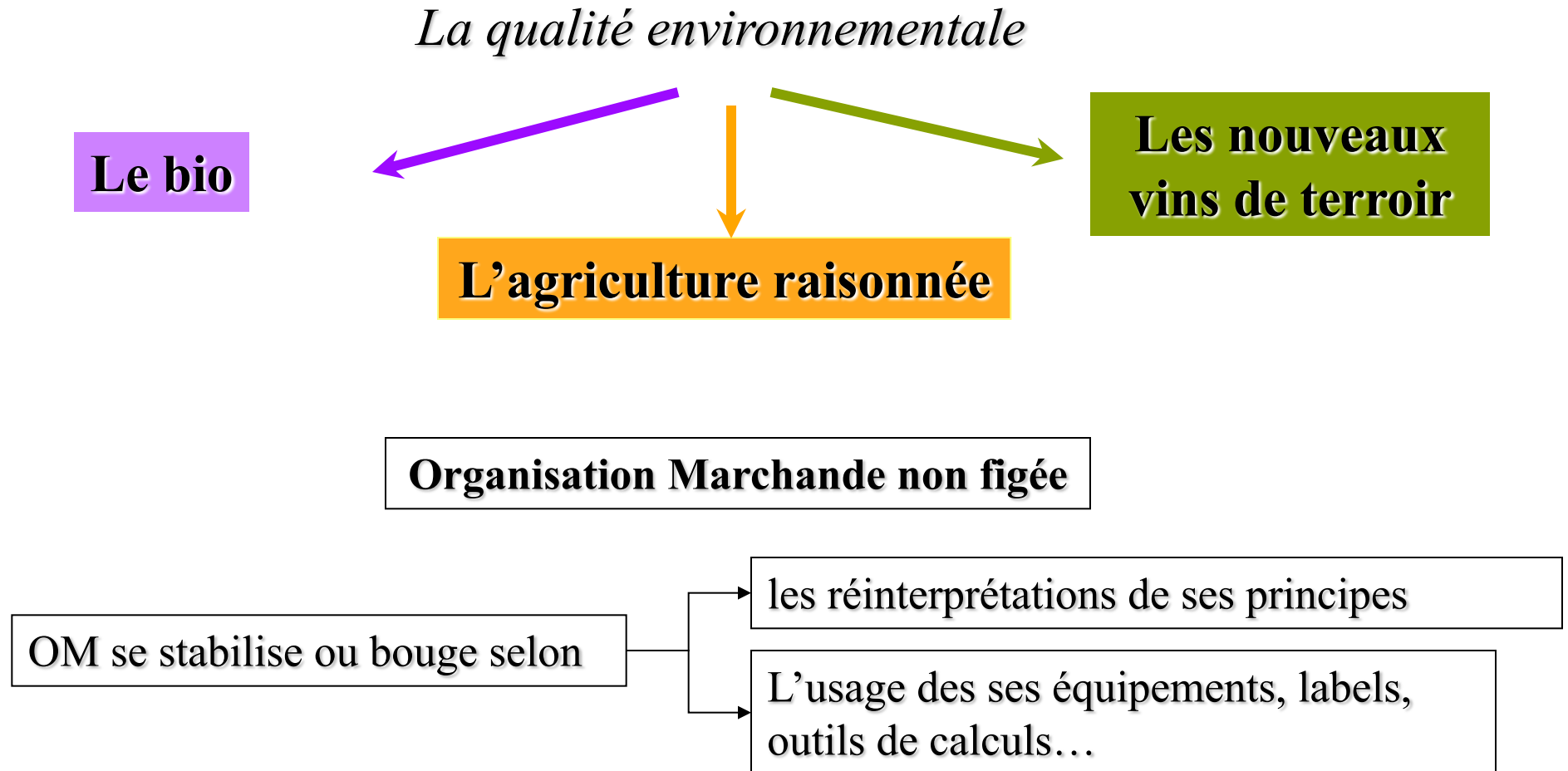
Des collectifs partageant des principes, des conventions, des équipements, instruments, des définitions

Enquête de terrain par entretiens: plus de 280 personnes interrogées

Deux régions: Pays de la Loire et Languedoc Roussillon

~~Bordelais, Champagne~~

3 organisations marchandes différentes



Les pionniers de l'agrobiologie

Une économie alternative
(Quelques rares exceptions)
Une démarche agronomique alternative

Label AB: Norme de différenciation
Grande distribution
Aides à la conversion

Offre s'élargit
Demande figée

Le pléonasme du vin bio

“niche bio”

Le ‘mauvais goût’ du vin bio

Critique vin bio

La qualité superposition
bio ET bon

Hybridation
avec le
‘bon’ vin ?

L'agriculture raisonnée

Une alternative au principe de précaution bio

Démarche intégrante (pratiques, gestion...)

Des viticulteurs pionniers, Terra vitis

Prolifération de labels (GD, coops...)

AR : un plus pour les ventes ?

AR : un plus pour les AOC ?

Une norme pour l'agriculture: la Qualif. Nationale AR

Pour tous, tous produits, toute l'exploitation

Un double frein

Viticulture qualité 'industrielle'

AR: passager clandestin de la traçabilité

Qualité industrielle: conformité

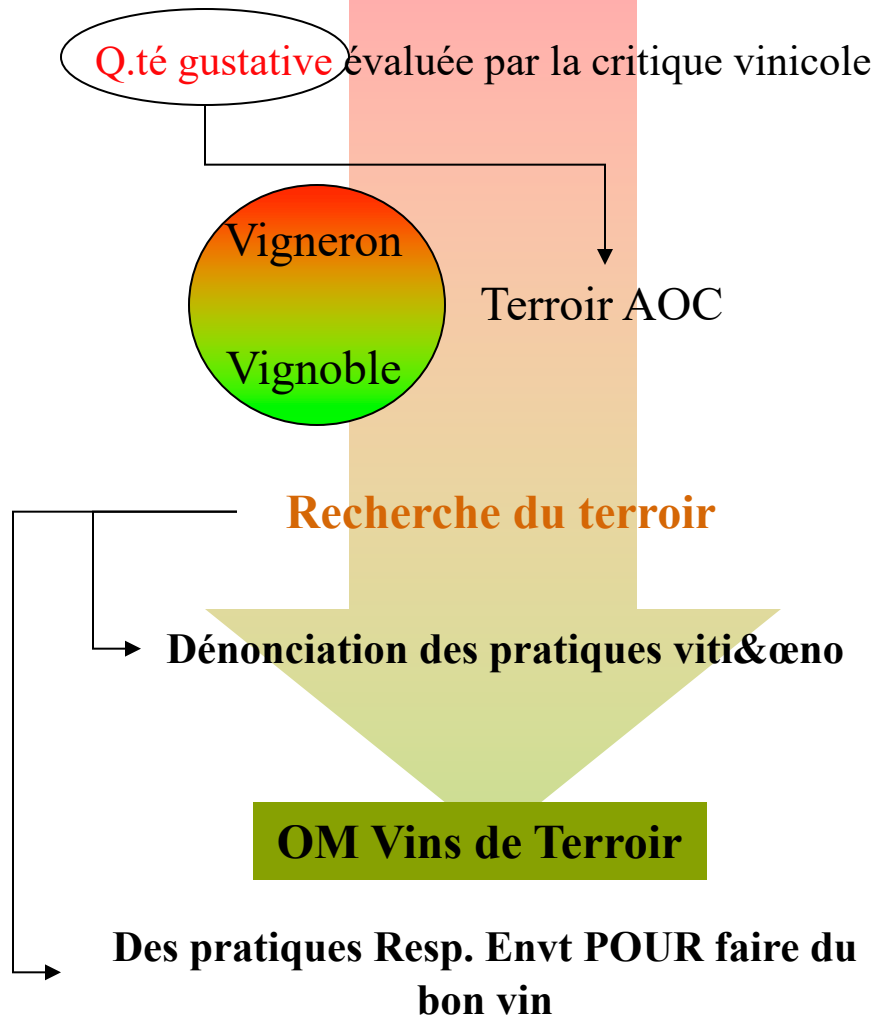
Traçabilité

Traçabilité des produits dangereux

Les pesticides et herbicides

Les nouveaux vins de terroir

OM Vins à prétention qualitative



OM Vins de Terroir

Critique attentive aux pratiques de prod.

Distributeurs et amateurs attentifs aux prat. Viti.
Marques, VdT et AOC
Producteurs (rejetés des agréments)
vins de table à 15€

QE ouverte, sans signe...

La qualité environnementale est au service du bon goût

Une mise en cause des AOC

- ne sont plus l'expression du terroir
- cèdent à une définition de la qualité par la demande
- ne différencient plus les vins à prétention qualitative des autres

Des OM... « verrouillées »?

2005 : 567136 exploitations dont
107904 viticoles

Le bio

2005 : 11402 qual bio
dont 1534 Viticulteurs

**Les nouveaux
vins de terroir**

Les nouveaux VdTerroir

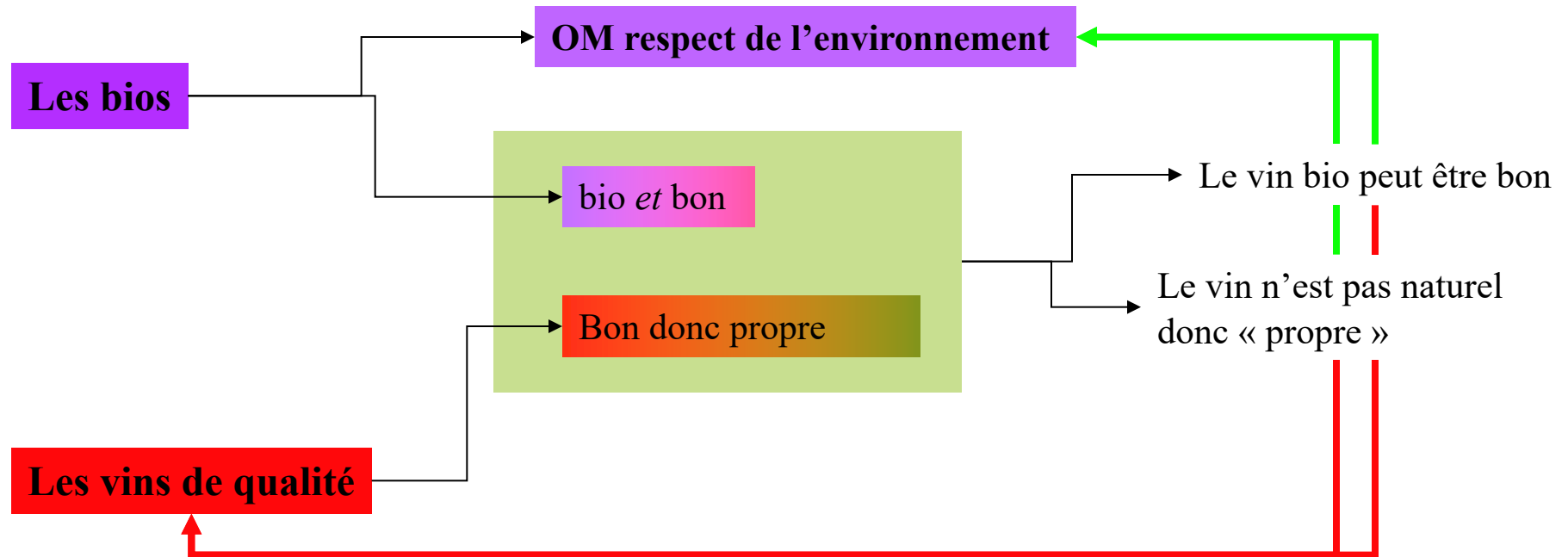
Les bios bons

Quelques centaines de vins, en
croissance active

L'agriculture raisonnée

AR 2007: 2500 qualifiés AR dont 7-800 viticulteurs

...Un verrouillage qui fuit



L'AR cachée sous la qualité industrielle

L'élan de l'éco-conditionnalité peut aider à relancer l'AR

La question des paysages connaît un grand intérêt... (hybridation vers le tourisme)

Le programme Vins et Pesticides

Volet 1: Etudie l'efficacité des prescriptions de pratiques RE auprès des viticulteurs

Appl.: Bordelais

Moyen : Dégager les freins et déterminants de l'innovation collective que représente le changement des pratiques

Volet 2: Etudie l'efficacité des prescriptions de pratiques RE auprès des viticulteurs

Appl.: Languedoc

Moyen: faire ressortir la capacité individuelle du vit. à remettre en cause ses propres pratiques et à convaincre les autres d'en faire autant.

Volet 3: Etudie la circulation marchande des produits à Qualité Environnementale

Appl.: Languedoc
Roussillon et Pays
de la Loire

Moyen: décrit la formation et l'évolution des organisations marchandes qui permettent la circulation des produits QE et la manière dont elles cadrent la définition de la qualité env.tale des vins et donc les pratiques RE.

Faire valoir une qualité environnementale

~~Le Marché~~ →

Des organisations marchandes

UNE organisation qui impose SA loi et LA rationalité, LA rentabilité et LA qualité

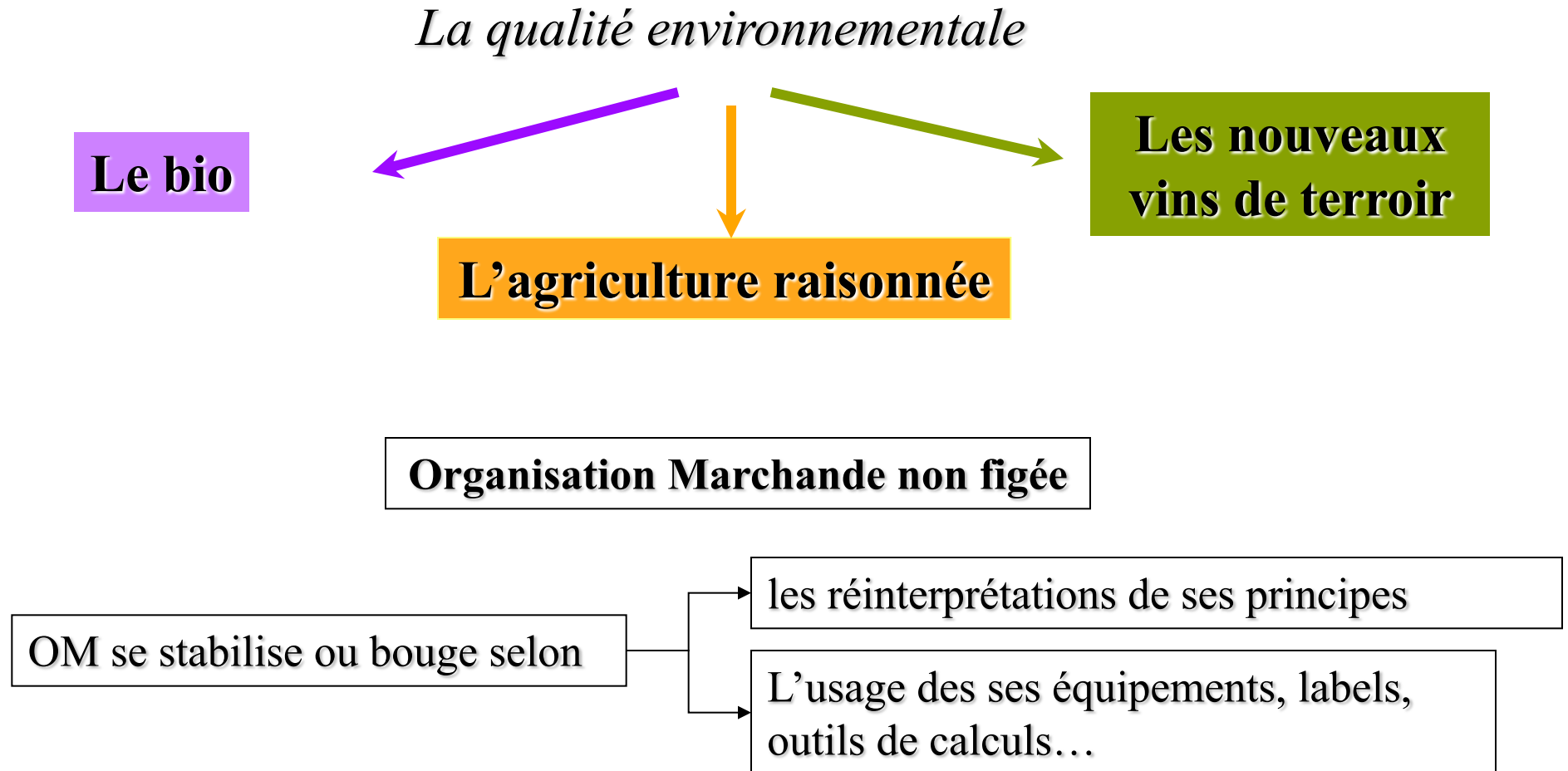
Des collectifs partageant des principes, des conventions, des équipements, instruments, des définitions

Enquête de terrain par entretiens: plus de 280 personnes interrogées

Deux régions: Pays de la Loire et Languedoc Roussillon

~~Bordelais, Champagne~~

3 organisations marchandes différentes



Les pionniers de l'agrobiologie

Une économie alternative
(Quelques rares exceptions)
Une démarche agronomique alternative

Label AB: Norme de différenciation
Grande distribution
Aides à la conversion

Offre s'élargit
Demande figée

Le pléonasme du vin bio

"niche bio"

Le 'mauvais goût' du vin bio

Hybridation avec le 'bon' vin ?

La qualité superposition bio ET bon

Critique vin bio

L'agriculture raisonnée

Une alternative au principe de précaution bio

Démarche intégrante (pratiques, gestion...)

Des viticulteurs pionniers, Terra vitis

Prolifération de labels (GD, coops...)

AR : un plus pour les ventes ?

AR : un plus pour les AOC ?

Une norme pour l'agriculture: la Qualif. Nationale AR

Pour tous, tous produits, toute l'exploitation

Un double frein

Viticulture qualité 'industrielle'

AR:passager clandestin de la traçabilité

Qualité industrielle: conformité

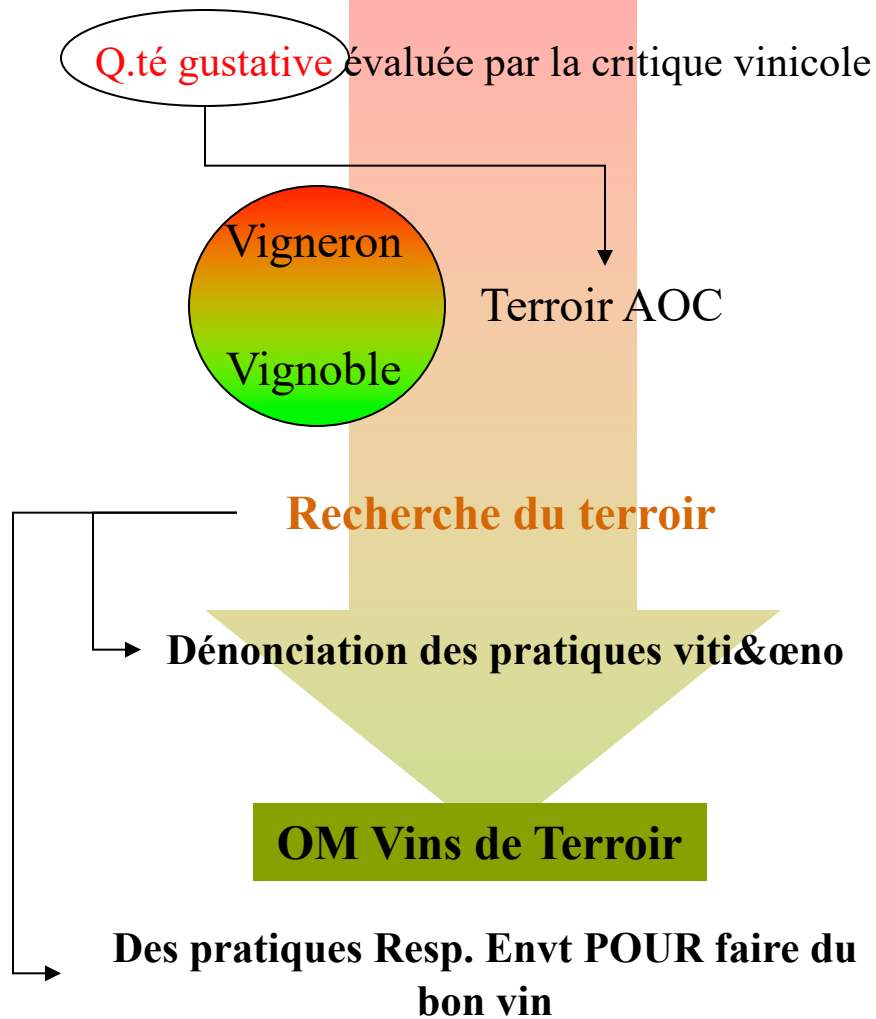
Traçabilité

Traçabilité des produits dangereux

Les pesticides et herbicides

Les nouveaux vins de terroir

OM Vins à prétention qualitative



OM Vins de Terroir

Critique attentive aux pratiques de prod.

Distributeurs et amateurs attentifs aux prat. Viti.
Marques, VdT et AOC
Producteurs (rejetés des agréments)
vins de table à 15€

QE ouverte, sans signe...

La qualité environnementale est au service du bon goût

Une mise en cause des AOC

- ne sont plus l'expression du terroir
- cèdent à une définition de la qualité par la demande
- ne différencient plus les vins à prétention qualitative des autres

Des OM... « verrouillées »?

2005 : 567136 exploitations dont
107904 viticoles

Le bio

2005 : 11402 qual bio
dont 1534 Viticulteurs

**Les nouveaux
vins de terroir**

Les nouveaux VdTerroir

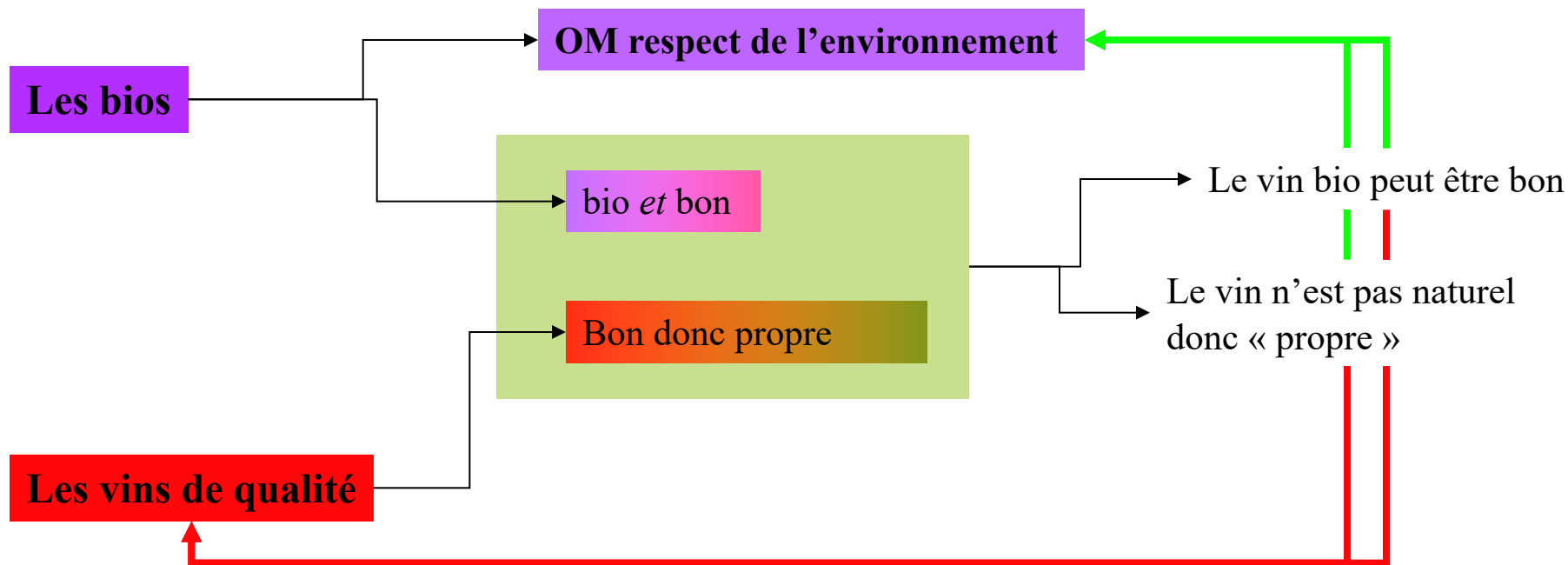
Les bios bons

Quelques centaines de vins, en
croissance active

L'agriculture raisonnée

AR 2007: 2500 qualifiés AR dont 7-800 viticulteurs

...Un verrouillage qui fuit



L'AR cachée sous la qualité industrielle

L'élan de l'éco-conditionnalité peut aider à relancer l'AR

La question des paysages connaît un grand intérêt... (hybridation vers le tourisme)