

Introduction



L'Italie est depuis près de trois millénaires une terre de vins. Cette longue histoire explique la présence de nombreuses traditions viticoles distinctes. Certaines régions du centre et du nord produisent des vins recherchés, tandis que les provinces du sud produisent davantage de gros volumes de vin, souvent utilisés comme vin de coupage, ou encore destinés à être transformés en vermouth dans des entreprises du nord de l'Italie. Ce ne sont pas toutes les régions italiennes qui produisent du vin et, évidemment, certaines en produisent plus que d'autres. Certaines bien connues vendent beaucoup à l'étranger, alors que d'autres n'ont que de petites productions locales qui sont peu exportées, ou pas du tout.

Aujourd'hui, le monde du vin évolue et se transforme constamment. De nouveaux marchés ne cessent de se développer, offrant de nouveaux débouchés pour les producteurs. Pensons par exemple à la popularité croissante du vin au Québec et en Amérique du Nord depuis les années 1980, ou encore à l'émergence de nouveaux marchés en Asie. Parallèlement, de nouvelles régions productrices se développent et gagnent en reconnaissance. Chaque année, de nouveaux

producteurs font connaître une nouvelle région et un vin pouvant rivaliser avec les meilleurs du monde. Mais ces derniers conservent leurs prestiges, comme en témoignent les crus classés de Bordeaux ou certains domaines de Bourgogne, dont les prix ne cessent d'augmenter. En contrepartie, de nombreux producteurs dont les vins sont moins connus doivent se tailler une place dans des marchés complexes, fragmentés, fortement réglementés et où la compétition devient de plus en plus forte. Ces transformations ont un impact sur la réalité locale, entre autres dans les régions ayant une vieille tradition viticole, comme le sud de l'Italie.

La logique des indications géographiques

Comment, dans un endroit donné, les idées, les valeurs et les opinions que l'on a du vin se créent-elles ? Aujourd'hui, les représentations locales du vin sont fortement influencées par la logique des *indications géographiques*, qui réfèrent à différentes réglementations nationales concernant les produits du terroir. En France, on parlera d'*Appellation d'origine contrôlée* (AOC), en Italie, de *Denominazione di origine controllata* (DOC). Ces deux systèmes sont eux-mêmes enchâssés dans l'indication européenne *Vins de qualité produits dans des régions déterminées* (VQPRD). Ces réglementations, bien qu'elles cherchent à s'appuyer sur des critères technoscientifiques, reposent en fait essentiellement sur des constructions culturelles qui permettent d'interpréter et de se représenter certains produits dans leur singularité en les liant au lieu de leur provenance selon des critères parfois très

pointus et subtils. Ces constructions culturelles ne sont évidemment pas anodines.

Mais avant de poursuivre, il m'apparaît important de préciser que je suis un amateur de vin. J'ai une cave à vin et je participe régulièrement à des dégustations, tant amicales que professionnelles. Enfin, j'ai créé avec mon frère Mathieu un site internet spécialisé sur le vin : www.sommeliervirtuel.com. Bref, je suis ce qu'on appelle un « connaisseur ». J'apprécie l'univers du vin pour la richesse et la diversité de ses produits, lesquelles reposent justement sur la logique culturelle des indications géographiques qui valorise la diversité et la spécificité des terroirs. J'aime les produits du terroir qui mettent l'accent sur la qualité et le goût. Mais je suis aussi conscient du caractère socialement construit du goût et de cette dite qualité. Le jugement de la qualité et du goût du vin repose sur des normes et des consensus sociaux qui changent selon les lieux et les époques. Les Grecs et les Romains buvaient du « sirop de vin » vieilli, allongé d'eau et aromatisé ; au Moyen-Âge, on buvait un vin blanc jeune et vert, parfois rosé, mais toujours de l'année ; enfin, les Anglais apprirent à apprécier les vins rouges plus riches qui feront la gloire de Bordeaux et que l'on considère encore aujourd'hui comme les meilleurs du monde.

Le vin est un produit commercial, mais c'est également un produit culturel et identitaire. Mon objectif n'est pas ici de critiquer les produits du terroir ou même l'utilisation à des fins commerciales des identités et de la culture, mais plutôt de mettre en lumière certains effets pervers des systèmes contemporains de réglementation propres à ce type de produits, ainsi que la logique culturelle qui leur est sous-jacente.

La logique des indications géographiques, qu'il importe de distinguer des produits eux-mêmes, soulève plusieurs interrogations. Cette logique est d'abord et avant tout une logique commerciale, qui entraîne des inégalités pas toujours apparentes. Les réglementations s'appuient sur des formes spécifiques de connaissances et de savoir. Enfin, les indications géographiques constituent une forme particulière de construction identitaire du lieu, du produit et des personnes, tant dans la perspective locale que du point de vue extérieur.

Depuis 1992, l'Europe réglemente l'appellation et la qualité de diverses productions agricoles, tels les fromages et les charcuteries, ainsi que certaines productions végétales et animales propres à des localités. C'est également ce type de règlement qu'impose désormais l'OMC à travers le règlement sur la propriété intellectuelle concernant les indications géographiques. De manière comparable, l'UNESCO cherche à inscrire des pratiques culturelles immatérielles au patrimoine de l'humanité, alors que de plus en plus de communautés des pays en développement misent sur le tourisme culturel comme source de revenus. Bref, ces réglementations qui proviennent de l'univers du vin s'étendent à de nouveaux produits et à de nouvelles réalités. Le vin constitue un objet privilégié pour faire l'analyse de différents problèmes liés aux indications géographiques, puisque le vin est à l'origine de cette manière de concevoir certains produits et leur commercialisation. Le vin est également soumis depuis déjà un certain temps à ces formes contemporaines de savoir et de pouvoir. Enfin, c'est en Italie que la logique des indications géographiques, à travers la loi sur les DOC, a été implantée pour la première fois dans un pays autre que la France.