



Table des matières

Introduction	5
---------------------------	----------

Chapitre 1

Le vin, de son origine à nos jours	9
---	----------

1 Une histoire	9
2 Le vin et la religion.....	13
3 Le vin des philosophes	19
4 Les modes du vin	21
5 Du classement de 1855 à nos jours.....	23
6 Évolution de la consommation en France.....	24

Chapitre 2

État des lieux du vin.....	27
-----------------------------------	-----------

1 Les salons	29
2 Les foires aux vins	32
3 Les caves des cavistes	36
4 Les réunions et clubs d'œnologie	38
5 Les bistrots à vins.....	39
6 Le vin sur Internet	40
7 Les vignobles des grandes sociétés.....	42
8 Le vin en entreprise	43

9	Les jeunes vigneronns qui s'installent.....	44
10	Des propriétaires à l'assaut du monde	47
11	La part des médias	48

Chapitre 3

Une mutation mondiale : l'exemple du Québec 51

1	Naissance et évolution du vin au Québec	52
2	Les modes de consommation des vins	54
3	Les rapports du vigneron à sa vigne.....	55
4	La reconnaissance	56

Chapitre 4

Uniformisation de la « bouffe », uniformisation de l'identité. . 57

1	Américanisation des modes de consommation.....	58
2	Le développement des supermarchés.....	59
3	Un besoin d'être rassuré : l'appel du « bio »	61
4	Les autres marqueurs du besoin d'être rassuré	63
5	Le manque de temps dans nos villes	64
6	La solitude des grandes villes	66
7	Produits des racines.....	67
8	L'émergence d'un certain régionalisme	70
9	La féminisation de la société	71

Chapitre 5

Le vin : un aliment culturel et social 75

1	Langage culturel	75
2	Hiérarchisation des goûts.....	77
3	Formation identitaire par la boisson.....	80
4	L'incorporation	81
5	L'incorporation fonde l'identité	83
6	L'identité collective	84

7	L'incorporation du « mauvais objet »	85
8	L'ivresse	87
9	Un autre paradoxe du vin.....	89

Chapitre 6

Une nouvelle société95

1	Le passage de la société de la raison à la société de la passion.....	95
2	Le retour à soi, des années 1970 aux années 2000	114

Chapitre 7

Les valeurs véhiculées par le vin..... 127

1	Le vigneron	128
2	Une quête de mieux-être à travers le vin	136
3	La relation autour du vin.....	149
4	La multitude des vins, la multitude des identités	155
5	Naissance de l'identité du consommateur	166
6	Le prestige lié au vin.....	173
7	Évolution de la consommation.....	181
8	Transmission et identité.....	189

Chapitre 8

Le rêve des nouveaux vignerons 193

1	Un nouveau départ	193
2	Mère Nature et la liberté.....	197
3	Représentation des consommateurs par les nouveaux vignerons.....	200
4	Représentations des nouveaux vignerons par les autres vignerons.....	201

Chapitre 9

Le vin et l'homme.....203

- 1 Le vin transcendé.....203
- 2 Vers une ère terrienne204
- 3 Les grands concepts en schéma209
- 4 Test : Dis-moi comment tu bois..... 211
- 5 Résultats : ... je te dirai quel amateur tu es !.....214

Bibliographie 217