

PH13 – PHILOSOPHER AUJOURD’HUI : LE TRAVAIL

Enquête métier : l’œnologue conseil en Champagne



Ida BOURIN-LINNMAN – Alice DOREAU

UTC - P22

Table des matières

Introduction	2
Méthodologie de l'enquête	4
1 L'œnologue-conseil et la chaîne de valeur du champagne	5
1.1 La formation	5
1.2 Les entreprises de conseil œnologique	5
1.3 La chaîne de valeur du Champagne	6
2 Une esquisse des profils d'œnologue-conseil en Champagne	9
2.1 Une carrière basée sur une formation, une auto-formation et une formation continue	9
2.1.1 L'intérêt pour l'œnologie	9
2.1.2 Les enseignements spécifiques à la formation d'œnologue : la formation . .	9
2.1.3 La nécessité d'une auto-formation : l'œnologie comme métier de passion .	10
2.1.4 Reconnaître « le bon goût » repose sur l'expérience : la formation continue	10
2.1.5 L'œnologue, entre rationalité et sensibilité	11
2.2 Les spécificités du milieu du Champagne : le respect de standards gustatifs	12
2.2.1 L'enjeu de la reproductibilité	12
2.2.2 Répondre à une demande précise et éliminer les défauts	13
2.2.3 La difficulté de répondre à des demandes précises par le conseil	13
2.3 L'écart entre le prescrit et le réel chez l'œnologue conseil en Champagne.	14
3 L'œnologue-conseil, médecin du vin et du vigneron	17
3.1 Des règles de métier similaires	17
3.2 Des outils et méthodes partagés	18
3.3 La relation médecin/patient	19
Conclusion	23
Références	24

Introduction

Le vin, dans le monde et plus particulièrement en France, est une composante centrale de la gastronomie et de la culture. Au sein d'un territoire, les producteurs de vin s'inscrivent dans une chaîne patrimoniale : ils participent à la reconnaissance du produit et mettent en valeur l'art qui réside dans la fabrication du vin. Plus qu'une simple boisson, le vin est un symbole, il est chargé d'un imaginaire poétique et raffiné, qui se traduit notamment dans la manière dont il est mis en discours. Les étiquettes que l'on peut trouver à l'arrière des bouteilles, qui ont pour objectif de conforter le consommateur dans son choix, en sont le parfait exemple. Le vin est associé à une terminologie particulière, qui renvoie aux sens, au plaisir : le vin est dit ferme, rond, aromatique, charnu, fruité, *etc.* L'objectif de ces discours est de rendre le vin désirable, au-delà de son simple goût : les images et les symboles qui lui sont associés jouent un rôle fondamental dans le succès et la renommée de ce type de produit.

La mise en discours du vin est souvent associée à une figure bien particulière, celle de l'œnologue. Personnage charismatique, au discours à la fois esthétique et assertif, l'œnologue est décrit comme l'ambassadeur du bon goût, en matière de vin. Doté d'un savoir-faire subtil et d'une sensibilité gustative exceptionnelle, l'œnologue est celui qui sait créer et reconnaître une « belle bouteille ». Ce sont ces représentations, certainement basées sur un ensemble d'idées préconçues et de clichés, que nous avons souhaité étudier dans le cadre de cette enquête métier.

Cette étude a d'abord été pour nous une opportunité d'en apprendre davantage sur le métier — finalement assez méconnu — d'œnologue. Nous souhaitions élargir nos connaissances à propos de cette profession très particulière, basée sur l'expérience sensorielle et sur une notion très subjective : le goût. Ce métier nous a par ailleurs intéressé en raison de ses liens avec le prestige de la culture culinaire française. La singularité de ce métier quant à son rapport à la définition du bon goût a également éveillé notre curiosité.

Pour tenter d'accéder au réel de ce métier, à ses dimensions concrètes, parfois insoupçonnées, nous avons rencontré trois œnologues. Plus précisément, nous avons rencontré trois œnologues-conseil, exerçant dans une région bien particulière au sein de l'univers de la vigne et du vin : la Champagne. L'objectif de ces entretiens était d'apporter des éléments de réponse aux questionnements suivants : quels sont les savoirs et les savoir-faire qui font de l'œnologue un *bon* œnologue, à même de savoir ce qu'est un bon vin et comment le produire ?

Pour cela, nous exposerons dans un premier temps la chaîne de valeur qui caractérise la fabrication du champagne et mettrons en lumière les étapes-clés où interviennent les œnologues, dont nous expliciterons les missions principales. Nous tenterons ensuite de dessiner une esquisse des profils de l'œnologue-conseil en champagne, et chercherons à décrire son écosystème et ses particularités. Finalement, nous mettrons en avant un aspect intéressant (et surprenant) que nous avons découvert : la relation particulière qui existe entre l'œnologue et son client.

Méthodologie de l'enquête et présentation des interviewés

Pour mener à bien notre enquête, nous avons réalisé trois entretiens semi-directifs avec trois œnologues basés en Champagne. Avant de contacter des œnologues pour organiser les entretiens, nous avons effectué des recherches préalables sur leur métier. Lors de ces recherches préliminaires, nous avons pris conscience de la très grande variété de missions qui se cache en réalité derrière le terme *œnologie* : œnologue, c'est *un* diplôme et *des* métiers. Cette première impression a été confirmée lors de nos premiers échanges par mail. Lors de la prise de contact, nous avons présenté succinctement notre démarche et les raisons qui nous avaient poussées à nous intéresser à ce métier. Nous avons expliqué que c'était la question du rapport à la question du goût qui avait éveillé notre attention, et plusieurs œnologues craignaient que leur profil (surtout associé à des fonctions commerciales) ne soit pas celui que nous recherchions. Nous avons jugé que, dans l'intérêt de l'enquête, il serait intéressant d'étudier des profils aussi variés que possible. Ceci a représenté une contrainte de taille dans la préparation des entretiens : il s'agissait d'élaborer des questions s'adressant à tous ces profils. Il était par ailleurs difficile de juger de la pertinence de nos questions puisqu'en dépit de nos recherches, notre connaissance et notre compréhension des métiers d'œnologue restaient très lacunaires.

Nous avons également découvert que les métiers d'œnologue, accessibles avec une formation scientifique très poussée, étaient d'une grande technicité, difficile à appréhender pour des individus peu familiers avec le milieu de la vigne et peu compétents sur les notions de chimie et de biologie mobilisées. Lors de la préparation des entretiens, nous avons donc dû préparer nos questions sans véritablement comprendre les dimensions très techniques du métier. Par la suite, nous avons cherché à guider les entretiens de sorte à obtenir toutes les informations techniques nécessaires à la compréhension des pratiques concrètes, tout en restant focalisées sur notre objectif premier : comprendre l'écosystème de l'œnologue et la manière dont il y évolue.

Le premier œnologue que nous avons rencontré, Jean-Marc Guillemot, travaille dans l'entreprise IOC, basée à Mardeuil (51). L'Institut œnologique de Champagne compte aujourd'hui neuf laboratoires, répartis dans toutes les grandes régions viticoles de France. Il appartient depuis 2008 au groupe Lallemand, leader mondial des levures et bactéries. IOC accompagne les producteurs de champagne à toutes les étapes de la production, différentes parties de la chaîne de valeur y sont ainsi représentées : analyse et conseil œnologique (pour les petits et moyens domaines viticoles, qui ne disposent pas d'un œnologue attitré), fabrication et distribution des produits œnologiques (pour les petits et moyens domaines mais aussi pour les Grands Comptes de Champagne), distribution de matériel et consommables, prestations vinicoles (pour les domaines qui n'ont pas un capital suffisant pour investir dans des machines très coûteuses qui ne sont que ponctuellement utilisées). Actuellement commercial en produits œnologiques pour les Grands Comptes de Champagne, M. Guillemot a exercé au cours de sa carrière différentes fonctions liées à sa formation d'œnologue : responsable de laboratoire d'œnologie conseil, œnologue-conseil. Lors de l'entretien, nous ne nous sommes particulièrement focalisées sur les fonctions qu'il a exercées directement au contact du vin et des vigneron (et non sur les fonctions commerciales qu'il exerce actuellement).

Le deuxième œnologue que nous avons rencontré, David Chaboche, occupe la fonction d'œnologue-conseil au sein de la Station œnotechnique de Champagne (SoeC) basée à Magenta (51), membre du groupe SOFRALAB, spécialisé dans l'œnologie et les produits chimiques dérivés du soufre. La Station œnotechnique de Champagne propose comme IOC – qui est son principal concurrent en région champenoise – un panel complet de prestations à destination des producteurs de champagne : produits œnologiques, analyses, dégustations, conseil, matériel et consommables, filtration, mise en bouteille, *etc.* Au sein de SoeC, M. Chaboche assure également des fonctions managé-

riales, puisqu'il encadre une équipe composée de dix techniciens de laboratoire et douze œnologues. Puisque notre travail de recherche était à l'origine axé majoritairement sur la question du goût, nous avons choisi d'explorer en profondeur son activité de conseil, plutôt que son rôle de manager.

Le profil du troisième œnologue que nous avons rencontré, Joffrey Chamaret, était sensiblement différent. Celui-ci travaillait en temps que *coordinateur-œnologie* dans la coopérative "Vins et terroirs de Champagne", basée à Chouilly (51). Cette coopérative de plus de 5000 vignerons, travaille au service de la célèbre maison de champagne Nicolas Feuillatte, qui produit chaque année plus de treize millions de bouteilles de champagne. En tant qu'œnologue d'une coopérative, et non d'une entreprise spécialisée dans le conseil œnologique, ses fonctions sont différentes sous certains aspects : en plus du conseil œnologique, il assure des fonctions de communication ainsi que des fonctions en R&D, puisqu'il participe à la conception de nouveaux vins et procédés.

I L'œnologue-conseil et la chaîne de valeur du champagne

1.1 La formation

Pour obtenir le titre d'œnologue, il est nécessaire de réaliser une formation académique de cinq ans après le baccalauréat. Même si des passerelles et parcours alternatifs existent, cette formation est en générale composée d'une licence en biologie ou en chimie (en trois ans), suivie de deux années en école spécialisée, dans un des sept centres de formation délivrant le Diplôme National d'œnologue (DNO) en France. Il est essentiel de comprendre que le terme d'œnologue est un diplôme, qui ouvre à un grand nombre de carrières très différentes dans le milieu du vin. En ce sens, il faut plutôt parler *des métiers* d'œnologue, au pluriel plutôt qu'au singulier.

À l'issue de sa formation, l'œnologue novice peut exercer différents types de missions : chargé de laboratoire, œnologue-conseil, *etc.* (trouver d'autres exemples si possible). Il pourra être amené à travailler dans différents types de structures.

1.2 Les entreprises de conseil œnologique

Ici nous nous sommes intéressés plus particulièrement au métier d'œnologue-conseil en Champagne. Ceux-ci ont la possibilité de travailler pour une maison, comme c'est le cas pour M. Chameret chez Nicolas Feuillatte, ou encore dans des entreprises de conseil œnologique comme IOC ou le groupe SOFRABLAB. Comme nous l'avons expliqué lors de la présentation des interviewés, dans ces entreprises, de nombreux métiers sont représentés : l'analyse/conseil œnologique pour les petits/moyens domaines qui ne disposent pas d'un œnologue attitré à plein temps sur place comme les grandes maisons de Champagne, la fabrication et distribution des produits œnologiques pour les petits/moyens domaines mais aussi pour les Grands Comptes de Champagne, la distribution de matériel viticole et la prestations viticoles pour les domaines qui n'ont pas un capital suffisant pour investir dans des machines très coûteuses qui ne sont que ponctuellement utilisées.

L'entreprise dans laquelle exerce l'œnologue constitue « l'unité de base » dans l'environnement professionnel, c'est elle qui lui attribue ses missions, ce sont dans ses locaux (salle de dégustation, laboratoire d'analyse) que l'œnologue exerce son activité, sauf lorsqu'il est en déplacement dans le domaine viticole de ses clients.

Mais l'entreprise de conseil œnologique n'est pas un élément isolé, elle s'insère dans un environnement plus large, caractérisé par un système de contraintes. Nous avons cherché à inventorier les acteurs appliquant ces contraintes, qui influencent la pratique de l'œnologue. Ce sont les *sources de prescription* de l'œnologue, c'est-à-dire les différents acteurs (personnes physiques, morales mais aussi normes, codes, *etc.*) qui assignent et conditionnent les tâches que celui-ci doit accomplir.



FIGURE 1 – Missions et sources de prescription dans le métier d'œnologue conseil dans le champagne

Nous avons distingué des sources de prescription opérant à trois différents niveaux :

- **Au niveau régional, national et européen** : Le respect de la culture régionale du champagne prescrit à l'œnologue de respecter certains standards de goût et de technique pour que le vin produit puisse passer l'agrément et porter l'appellation « champagne ».
Le respect des standards de qualité, de normes sanitaires et environnementales – prescrit l'œnologue de respecter des normes strictes (assurer l'absence de produits chimiques dans le champagne, limiter les traitements sur la vigne qui peuvent polluer l'environnement...)
- **Au niveau de l'entreprise de conseil** : Le client fournit un cahier des charges, concernant les caractéristiques du champagne, à l'entreprise de conseil qui prescrit à l'œnologue-conseil d'adapter son conseil à ces demandes précises.
Le personnel de laboratoire d'analyse prescrit à l'œnologue conseil des résultats d'analyse du champagne, dont il faut tenir compte et apporter les corrections nécessaires.
- **Au niveau de l'individu** : L'œnologue-conseil dans le champagne s'auto-prescrit d'accompagner à sa façon les clients dans le processus de production du champagne (être disponible et rassurant...).

L'outil « *Sources de prescription* » nous aide ici dans un premier temps à expliciter les missions et les raisons d'être du métier. Nous verrons ensuite grâce à la chaîne de valeur du champagne la chronologie qui guide l'exécution de ces différentes missions.

1.3 La chaîne de valeur du Champagne

Afin de poser un cadre à notre étude nous ferons une rapide description de la chaîne de valeur du Champagne ainsi que les étapes majeures auxquelles contribuent l'œnologue.

- **Conseil sur la vigne** : le travail de l'œnologue, en collaboration avec le vigneron, commence à la culture de la vigne. L'objectif escompté est d'avoir une matière première de qualité : la qua-

lité des raisins bruts est fondamentale pour produire un bon champagne. L'œnologue apporte des conseils quant aux produits de traitement à utiliser en cas de besoin par exemple.

- **Vendanges** : les vendanges sont une étape cruciale dans la production du champagne, il s'agit de récolter les raisins au bon moment, de la bonne manière. L'œnologue accompagne le vigneron pour l'aider à décider de la date de vendange, et émet également des recommandations sur l'ordre dans lequel les parcelles doivent être récoltées. En effet, en fonction du terrain, de l'orientation et de l'ensoleillement, certains raisins seront arrivés à maturation avant d'autres. La période des vendanges est sans aucun doute la période la plus chargée de l'année pour l'œnologue. Il est nécessaire pour lui d'être disponible en permanence pour ses nombreux clients, qui le sollicitent au même moment, ce qui entraîne un pic de travail.
- **Pressage, décantation et première fermentation** : après les vendanges, les raisins sont pressés lentement pour en extraire le jus le plus qualitatif possible. Ce jus, appelé moût, est ensuite clarifié par décantation, puis est ensuite mis en cuve où il subit une première fermentation alcoolique. L'œnologue donne des conseils sur la température et les méthodes de pressage, de fermentation, de décantation et de conservation par exemple.
- **Assemblage** : L'assemblage est l'étape qui précède la mise en bouteille, elle consiste pour l'œnologue à marier des vins de cépages, crus et années différents (sauf dans le cas d'un millésimé). C'est l'étape de l'assemblage qui permet aux producteurs de champagne d'assurer la qualité et la constance dans le goût de leur produit. C'est un moment-clé de l'activité d'œnologie-conseil : cette étape nécessite beaucoup d'entraînement et est décisive dans la conception du produit.
- **Tirage** : après l'assemblage, on procède à la mise en bouteille, aussi appelée tirage. On ajoute au vin une liqueur constituée de vin, de levures et de sucre, à l'origine de la seconde fermentation qui produit le gaz carbonique responsable des bulles dans le champagne. L'œnologue donne des conseils sur les techniques à employer pour le processus, exécuté par des techniciens, qu'il supervise.
- **Deuxième fermentation et dégorgement** : Après l'étape du tirage, le vin, désormais conditionné en bouteille, doit être porté à maturation pendant 15 mois au minimum. Cette deuxième fermentation sert à la prise de mousse du champagne, mais aussi à la descente du dépôt. La bouteille est conservée à l'envers : l'œnologue donne des conseils sur les méthodes pour enlever le dépôt, sur le temps de prise de mousse nécessaire, *etc.*
- **Dosage** : avant que le produit ne soit fini, l'œnologue peut faire des gammes différentes, à partir du même champagne, avec des taux d'ajout de liqueur (mélange de sucre et de vin) différents. Le but est de procéder à une dégustation avec le client, et de choisir ensemble quels dosages sont les meilleurs.
- **Commercialisation** : le choix des bouteilles, des étiquettes et des stratégies de ventes sont propres aux vigneron. Même si cela peut arriver que des conseils soient demandés aux œnologues, la commercialisation des bouteilles dépasse en réalité les fonctions de l'œnologue.

Tout au long de ces étapes, les *outils* principalement mobilisés par l'œnologue conseil sont la dégustation et les analyses en laboratoire d'échantillons de champagne. Ces deux outils sont mobilisés à plusieurs moments de la production : avant l'assemblage, après, pendant la conservation ... Ils

permettent de contrôler des facteurs comme le pH, le taux de sucre ou encore des anomalies dans le goût. Ces étapes structurent le conseil que l'œnologue va donner à son client quant à l'utilisation ou non de produits chimiques destinés à rectifier le goût ou la couleur par exemple.

Ainsi, à toutes les étapes de la chaîne de valeur du champagne, l'œnologue conseil intervient de manières variées et en collaboration avec son client. Les décisions sont toujours prises suite à un accord commun entre l'œnologue conseil et le vigneron. Ainsi nous détaillerons plus tard que le métier d'œnologue conseil dans le champagne, outre les interventions pratiques et les analyses, se révèle comme étant largement constitué de rapports humains et de compétences sociales. Par la compréhension de la coopération entre le vigneron et l'œnologue conseil, est mise en valeur l'omniprésence de l'œnologue tout au long du processus de production. Il doit se rendre disponible chaque jour, être réactif et présent à toutes les étapes et connaître les spécificités de ses clients.

2 Une esquisse des profils d'œnologue-conseil en Champagne

2.1 Une carrière basée sur une formation, une auto-formation et une formation continue

2.1.1 L'intérêt pour l'œnologie

Dans un premier temps, nous avons cherché à comprendre comment naissait la vocation d'œnologue. Pour cela, nous nous sommes intéressés à la première approche que les œnologues interviewés ont eu avec le milieu de la vigne et du vin. Nous avons découvert qu'il existait plusieurs types de profils pouvant développer un intérêt pour l'œnologie.

Les formations autour des métiers du vins suscitent majoritairement l'intérêt des personnes destinées à hériter du domaine viticole familial, ou de manière plus générale, de personnes dont les parents travaillent déjà dans le milieu du champagne. C'est par exemple le cas de M. Chameret (qui travaille pour Nicolas Feuillatte) : issu d'une famille vigneronne de Champagne, il dit être « *tombé dedans quand il était petit* ». Il explique que son intérêt pour le vin s'est beaucoup développé après la majorité grâce à la proximité physique avec les vignes mais aussi grâce à la dégustation, à laquelle il a rapidement été initié par ses proches.

Le métier d'œnologue n'est toutefois pas réservé aux personnes déjà intégrées, par leur cercle familial, au milieu du champagne. C'est également une formation qui attire des étudiants simplement curieux et sensibles à la culture culinaire ou aux métiers du vin en général. C'est par exemple le cas de M. Guillemot (qui travaille chez IOC). Celui-ci a grandi en Champagne, mais ses parents n'étaient pas vignerons. Son père était inspecteur des fraudes dans les domaines viticoles, ce qui se révélait être un obstacle plutôt qu'une opportunité pour pénétrer le milieu très fermé et traditionnel de la production de champagne. M. Guillemot explique en effet que la production du Champagne est un « petit milieu », où les réseaux de connaissances comptent beaucoup, en ce sens il dit ne pas du tout avoir été prédestiné à devenir œnologue. Ce sont les emplois saisonniers qu'il a occupés dans les vignes (vendanges et cuvée) en tant qu'adolescent, et l'initiation à la dégustation en tant que jeune adulte, qui ont déclenché chez lui une vocation pour les métiers du vin. M. Chaboche, fils de boucher, correspond également à ce type de profil.

Le dénominateur commun entre les trois profils que nous avons rencontrés est la présence d'un esprit épicurien, d'un intérêt pour les sciences et les techniques. Ou encore un intérêt pour ce qui relève de la culture de la vigne et plus largement de la biologie et de la chimie.

2.1.2 Les enseignements spécifiques à la formation d'œnologue : la formation

La formation spécifique de deux ans après la licence (le Diplôme National d'œnologue) vise à transmettre des connaissances et des compétences au travers d'apprentissages par la théorie et par les travaux pratiques. Une partie importante de la formation est menée en laboratoire afin d'apprendre les processus fermentaires ou encore les comportements des levures. Elle comporte beaucoup de chimie (de la vigne, biochimie, microbiologie, analyses, *etc.*), de la culture générale sur le vin (géographie des régions viticoles, appellations, *etc.*), du génie industriel ainsi que des sessions de dégustation. La pratique concrète a également une grande importance dans la formation (au-delà de la partie pratique en analyse) : il est attendu des œnologues qu'ils connaissent les dimensions concrètes de la culture de la vigne et de la production du vin, y compris du point de vue de l'opérateur. Un stage ouvrier pendant les vendanges est donc incontournable dans la formation.

Il existe sept écoles proposant la formation d'œnologue en France, où sont diplômés chaque année 250 œnologues novices cherchent à s'insérer professionnellement. Leur carrière débute souvent en tant que « doublon », en étant largement accompagné et formé aux règles du métier par un œnologue confirmé. Cependant il est important de noter la grande diversité de métiers possibles suite à l'obtention du diplôme. De nombreuses spécifications existent : responsable de laboratoire, commercial dans les produits œnologiques, œnologue conseil, œnologue de maison et bien d'autres encore. Encore une fois, œnologue n'est pas un métier mais un diplôme.

L'importance conférée à chacun de ces enseignements est variable selon les régions et les écoles. C'est notamment l'importance de la partie dédiée à l'apprentissage de la dégustation durant la formation par exemple qui peut varier. Cependant alors que dans certaines écoles, la salle de dégustation se trouve au milieu de l'école, ce qui témoigne de la place centrale accordée à la dégustation dans le cursus, dans d'autres centres de formation, la dégustation n'est pas jugée plus importante que les autres disciplines. Certaines écoles bénéficient de l'intervention de nez ou de parfumeurs afin de permettre aux élèves de se familiariser avec les subtilités olfactives et gustatives des boissons alcoolisées. Cependant, il semblerait que le développement du palais de l'œnologue se fasse en majorité, hors de l'enceinte de l'école.

2.1.3 La nécessité d'une auto-formation : l'œnologie comme métier de passion

M. Chaboche nous confie que « *la formation en école ne suffit pas pour développer son palais* ». En effet, le discours sur le vin enseigné pendant la formation est perçu comme assez académique, ainsi l'appartenance à des clubs de dégustation et d'œnologues amateurs ou confirmés joue un rôle majeur dans le développement de l'expérience et de la sensibilité nécessaire à la dégustation. La partie d'auto-formation dans ces clubs est cruciale pour l'œnologue en cours de formation : elle lui permet non seulement de développer le palais, l'expérience mais aussi le réseau professionnel, ce qui est primordial dans un milieu aussi restreint que la Champagne. En évoquant ce point est de nombreuses fois ressorti l'aspect de « métier de passion », le métier d'œnologue requiert un fort intérêt personnel et une implication dépassant le milieu professionnel. L'œnologie est un métier qui requiert à la fois passion et pratique.

Il est important de noter qu'en fonction de la région dans laquelle l'œnologue travaille, des sensibilités propres aux vins de la région sont développées. En effet, M. Chameret, originaire de Champagne, a quitté la région pour réaliser son DNO à Bordeaux, par curiosité et désir de découvrir une autre région viticole et les autres pratiques qu'on y trouve. Il a ensuite travaillé dans une coopérative viticole dans la Vallée du Rhône, puis a voyagé en Nouvelle-Zélande avant de finalement arriver chez Nicolas Feuillatte, d'abord en tant que chargé de mission puis en tant que « coordinateur-œnologie » (son rôle a évolué avec la refonte organisationnelle de l'entreprise). Selon lui, la connaissance de la diversité des vins est essentielle pour être un bon œnologue, et cela peut notamment se faire par le voyage.

L'auto-formation est ainsi nécessaire pour compléter le cursus académique classique. Après la fin des études, l'auto-formation continue. En effet, savoir reconnaître « le bon goût » repose avant tout sur un entraînement régulier et continu, tout au long de la carrière.

2.1.4 Reconnaître « le bon goût » repose sur l'expérience : la formation continue

Selon M. Chameret, nous sommes tous capables de déguster « de la bonne manière », puisque nous partageons beaucoup de récepteurs sensoriels communs. En revanche, nous restons tous diffé-

rents du point de vue des seuils de perception, ce qui peut être pénalisant pour certains individus. Il établit un parallèle entre le métier de nez et celui d'œnologue : il n'y a pas de « goût absolu », c'est avant tout de la passion et de l'entraînement (y compris dans la sphère privée), il faut boire des vins diversifiés et ouvrir ses horizons, il faut entretenir ses compétences au quotidien, sans quoi les aptitudes se perdent. Par exemple, après les vacances, ou en basculant dans une autre région viticole, il y a un gros réajustement à faire pour être capable de proposer des analyses de qualité lors de la dégustation.

M. Guillemot confirme cette idée : il y a beaucoup de subjectivité dans le métier d'œnologue, face à la dégustation. Devenir un bon œnologue ne semble ainsi pas être une question de talent : « *nous ne sommes pas exactement égaux au niveau de l'appareil sensoriel, mais c'est surtout la pratique qui forge les compétences* ». En effet, l'expérience est vraiment primordiale, probablement plus que dans un autre métier, en réalité en sortie d'école l'essentiel reste encore à apprendre. Il faut environ 3 ans d'expérience, dans une région en particulier, avant de réussir à produire un conseil pertinent de manière véritablement autonome.

À cela, M. Chaboche ajoute que pour développer son palais et améliorer ses capacités cognitives en tant qu'œnologue, il est nécessaire de faire preuve de beaucoup de curiosité et de posséder d'importantes capacités de mémorisation. Ces compétences doivent bien sûr être développées et préservées grâce à l'entraînement. Pour lui, apprendre à déguster un vin : « *s'apprend et se mémorise comme on retiendrait une formule chimique de fermentation.* »

Les propos recueillis auprès des trois interviewés invitent à remettre en question les clichés et idées pré-construites qui entourent le métier d'œnologue. Le portrait ici dessiné diffère des représentations ordinaires : l'œnologue n'est pas assimilé au « talentueux homme de goût », mais plutôt à un homme pragmatique et assidu, qui doit ses compétences à une persévérance qui lui permet d'actualiser un potentiel que l'on peut retrouver chez la plupart des individus. Les perspectives d'évolution de carrière d'un œnologue-conseil dans le Champagne repose principalement sur l'accumulation d'expériences. En effet, l'image que l'on peut se faire d'un bon œnologue, détenant un palais particulièrement sensible et développé, presque doté d'un don pour le goût et l'odorat, s'est déconstruite durant nos entretiens. Le goût est un sens très subjectif, pouvoir s'y fier pour faire bénéficier son client d'un conseil juste et adapté nécessite plusieurs années d'expérience.

2.1.5 L'œnologue, entre rationalité et sensibilité

Ainsi, les connaissances scientifiques et techniques acquises pendant la formation, qui permettent à l'œnologue de conduire les analyses quantitatives sur lesquels il fonde son conseil, sont nécessairement complétées par les compétences en dégustation, qui sont développées majoritairement à l'initiative personnelle de l'œnologue tout au long de sa carrière, qui permettent de produire une analyse qualitative. Le profil de l'œnologue est donc associé à une dualité, entre rationalité (le discours dit « froid ») et sensibilité (le discours dit « chaud »).

L'analyse de laboratoire et la dégustation sont mobilisés par l'œnologue pour atteindre des objectifs différents : l'analyse quantitative vise à déterminer si le vin respecte les seuils conseillés (ou imposés par les normes) sur certains paramètres, tandis que l'analyse qualitative vise à s'assurer que le vin n'a pas de défaut, et a bon goût. Mais une difficulté se pose à l'œnologue : il n'y a pas systématiquement de cohérence entre l'analyse quantitative et qualitative. On voit alors émerger une tension : l'œnologue doit adopter un comportement rationnel, mais doit également se fier à sa sensibilité personnelle. Nous avons choisi de modéliser ce phénomène à l'aide de l'outil TENSIONS (Figure 2), mobilisé sous la forme sa forme « antagonisme ».

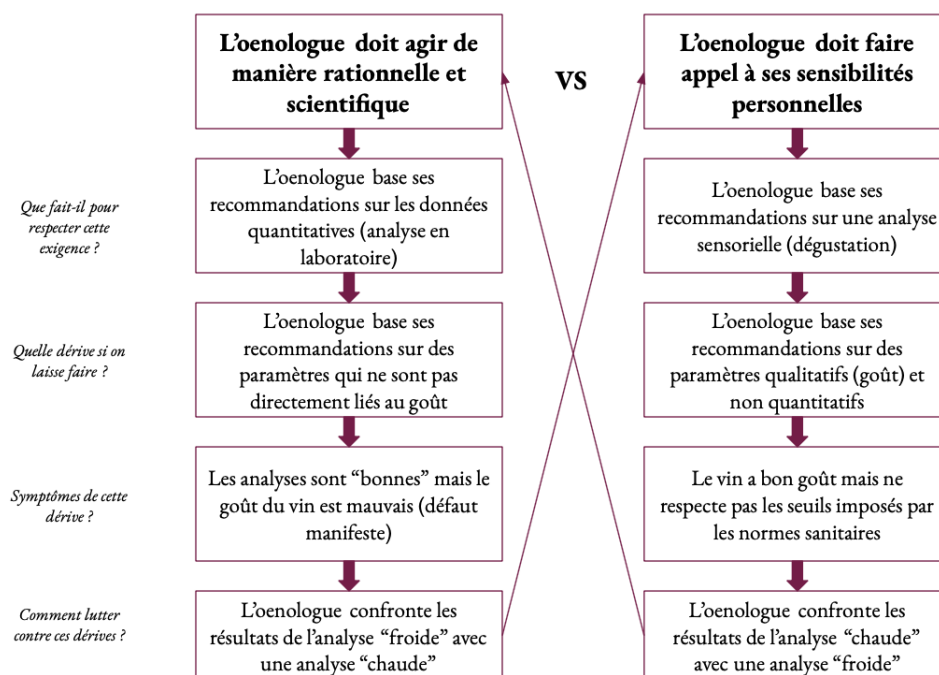


FIGURE 2 – Analyse d'une tension essentielle au métier d'œnologue

Ainsi avons-nous étudié dans un premier temps que l'œnologue conseil dans le Champagne doit être capable d'avoir des capacités d'évaluation du goût. Il procède à un grand nombre d'analyses laboratoires, d'ajustements parfois chimiques, donne des conseils sur les traitements à appliquer aux vignes. Ces analyses sont en réalité à dissocier de l'aspect gustatif du métier : on parle de sucre, d'acidité, de pH mais pas toujours d'arômes.

Nous pouvons donc déjà dresser un profil simplifié de l'œnologue : un esprit cartésien, au palais entraîné. Nous verrons dans un second temps qu'exercer cette profession dans la région particulière qu'est la Champagne contribue à tracer l'esquisse du profil de l'œnologue conseil.

2.2 Les spécificités du milieu du Champagne : le respect de standards gustatifs

En effet, nous verrons comment un ensemble de particularités du champagne contribue à déconstruire le cliché précédemment explicité. Le milieu spécifique au Champagne demeure réduit et traditionnel, ainsi de nombreux liens de connaissance unissent les personnes du milieu. En effet, de nombreuses normes gustatives, déontologiques, sanitaires et environnementales sont à respecter, le tout basé sur du conseil seulement.

2.2.1 L'enjeu de la reproductibilité

La culture du Champagne comporte de nombreuses différences par rapport aux autres régions viticoles, elle fait intervenir un procédé singulier : la méthode champenoise. Par rapport aux vins ordinaires, le champagne recèle plusieurs particularités : c'est un vin effervescent, dont le goût, caractéristique d'une maison de champagne, doit rester relativement inchangé au fil des années (à l'exception des champagnes millésimés). Le Champagne est un des rares vins produits à partir d'un mélange de cuvées, d'années et de cépages différents. L'objectif poursuivi par la cette méthode cham-

penoise est d'obtenir un champagne dont la qualité transcende celle des vins qui la composent. Cela représente une difficulté majeure, « la patte de l'œnologue » est donc souvent dans un état de tension constante, car il est souvent dans une situation de compromis. Le but étant de toujours rester proche des standards gustatifs imposés et relativement immuables. L'étape de l'assemblage est donc cruciale et reflète le savoir-faire de l'œnologue conseil. Dans un milieu avec des codes gustatifs aussi rigides, on comprend rapidement qu'il n'y a que peu de place pour la fantaisie et les excentricités : il ne s'agit pas de produire un champagne « risqué », mais plutôt un champagne « conforme », à la fois à l'identité de la maison de champagne et aux standards gustatifs plus généraux caractérisant ce produit.

2.2.2 Répondre à une demande précise et éliminer les défauts

L'œnologue est dans la majorité des cas « mandaté » par ses clients, les vignerons, qui ont déjà une idée en tête du type de champagne qu'ils souhaitent produire, en fonction des attentes du marché et des spécificités de leurs vignes. De là, l'œnologue conseil et oriente entre autres le vigneron quant à la date à laquelle réaliser les vendanges, la température et de pressurage, puis plus tard quant à l'ajout de produits et des doses à appliquer.

Il faut également tenir compte du fait que l'œnologue, aussi bien que le vigneron, est dépendant de la matière première, c'est pourquoi son intervention débute donc au pied de la vigne. En fonction des demandes du client, mais donc aussi de la matière première, les stratégies peuvent varier : il s'agit soit de préserver un potentiel déjà présent (s'assurer que le vin n'ait pas de défauts), soit il s'agit de viser une « direction gustative » plus précise, pour les champagnes millésimés par exemple. Il s'agit pour l'œnologue de connaître « la bonne recette » à appliquer tout au long de la production.

« Un bon vin est dans un premier temps un vin sans défaut. Vient ensuite les critères d'un bon vin se composant de saveurs franches, se distinguant par son aspect volumineux, acide, par la quelle gamme à laquelle il appartient, ou encore à son aspect charnu ou exotique. » [David Chaboche]

Sa mission première est donc, aussi bien durant les analyses que durant les dégustations, d'identifier les défauts et d'y associer une manière de le rectifier. L'œnologue dégustera majoritairement des vins/champagnes en cours de production, donc souvent sans bulles et pas encore portés à maturité. L'image de l'œnologue au discours artistique, chantant le besoin d'introduire des subtilités boisées et fruitées dans la boisson, semble donc s'éloigner encore un peu...

2.2.3 La difficulté de répondre à des demandes précises par le conseil

Cette observation a mis en lumière le fait que l'œnologue, même si en collaboration avec les vignerons, doit avoir une grande capacité d'adaptation face aux demandes des clients. Ils doivent se tenir à jour concernant les nouvelles exigences et contraintes modernes. De nouveaux standards de qualités liés à l'exportation, aux pesticides ou métaux lourds présents sur les raisins s'imposent. L'œnologue doit également s'adapter aux nouvelles tendances de production. Une tendance actuelle étant par exemple celle du « vin nature » : c'est le choix de certains vignerons de s'orienter vers une production exempte de produits d'ajout ou encore sans soufre. L'œnologue doit faire face à une contradiction centrale, celle de donner de promouvoir l'application de traitements et de produits correctifs mais aussi d'être en capacité de donner des conseils cohérents avec la demande du vigneron.

La pratique du « vin nature » est délicate et nécessite d'être vigilant, les vignes sont plus exposées, et les variables analytiques et gustatives sont plus difficiles à corriger. Dans le cas d'œnologues conseil qui sont également commerciaux dans le milieu des produits d'ajout et de traitements, cette demande peut parfois être délicate. Dans le cadre où le pouvoir de l'œnologue ne s'étend qu'au conseil, ce n'est pas lui qui produit le vin, limitant son impact direct sur la production. La garantie la réussite de la production, qui est plus délicate dans ces conditions, se voit parfois compromise.

2.3 L'écart entre le prescrit et le réel chez l'œnologue conseil en Champagne.

Nous avons ainsi vu, en deux parties, le déroulement chronologique et simplifié de la chaîne de valeur du champagne, puis par le profil de l'œnologue détaillé des aspects importants et des difficultés du métier.

Ainsi, dans une optique de synthèse et de prise de recul sur les informations jusqu'ici explicitées, nous proposons le schéma suivant (Figure 3). Cet outil nous permettra dans un second temps de déceler les difficultés et variabilités du métier ainsi que ses conditions réelles d'exercice. Il permet également de mettre en lumière l'intelligence propre à l'œnologue, les sensibilités développées ainsi que les ficelles du métier.

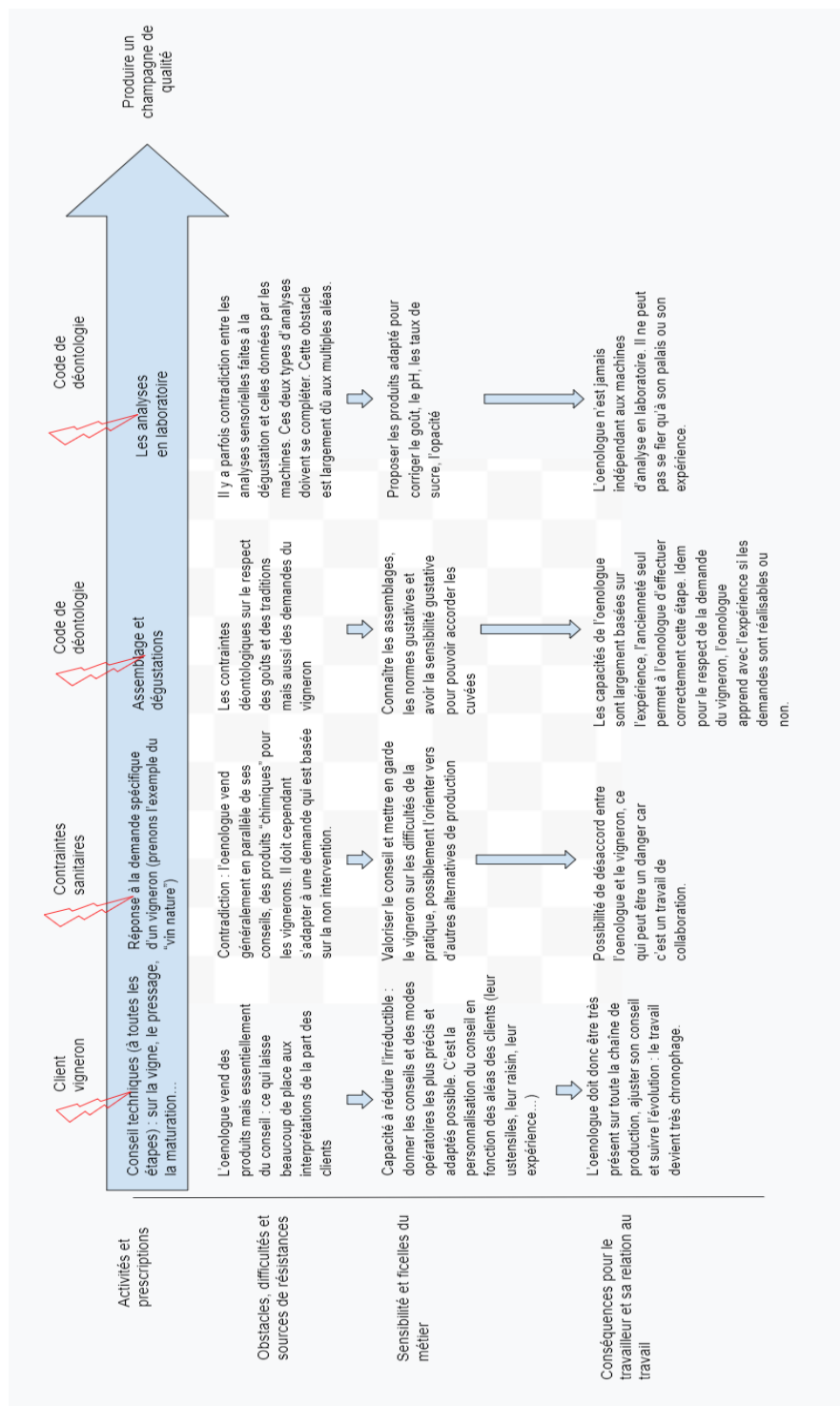


FIGURE 3 – Analyse de l'écart prescrit-réel et de ses conséquences dans le métier d'oenologue conseil dans le champagne

Comparer et identifier les différences entre les pratiques des trois œnologues rencontrés a permis d'accéder à l'intelligence de leur activité et de mettre en lumière ses variabilités. Nous avons également, dans l'élaboration de ce schéma opté pour une approche par la formation : quand un nouvel œnologue sort de formation, que doit-il apprendre « sur le tas » en premier, quels savoir-faire va-t'il devoir développer ? Ainsi nous pouvons tirer la phrase de synthèse suivante : Au contact du réel du travail, un œnologue conseil dans le champagne apprend à adapter ses conseils à la demande de son client tout en devant respecter des contraintes déontologiques et sanitaires, la justesse de ces derniers s'acquiert avec l'expérience.

L'ensemble des points explicités montre que le métier d'œnologue conseil dans le Champagne a pour mission principale de faire bénéficier son client d'un conseil constant, construit et fiable, permettant de faire respecter à leur champagne une empreinte culturelle, des normes de qualité, d'hygiène et de goût. Que peu de place est laissée au présupposé instinct artistique que nous pensions retrouver chez nos interviewés.

Alors que s'intéresser au « profil type » de l'œnologue nous a permis de déconstruire entièrement nos présuppositions quant au métier, nous avons également fait face à un second étonnement. En effet, outre la formation, la dégustation et le milieu du Champagne, ce qui demeure central dans ce métier est la relation qui lie l'œnologue conseil et ses clients. Nous avons découvert qu'il est souvent pour le vigneron une personne de référence, renseignée et digne de confiance, à qui les familles de la maison font appel en cas de besoin. Ces caractéristiques rappellent celles associées à un métier qui nous est tous familier, que chacun de nous a côtoyé, pour la plupart même aux premiers instants de nos vies...

3 L'œnologue-conseil, médecin du vin et du vigneron

Au cours des entretiens, nous avons découvert une dimension centrale du métier d'œnologue, que nous n'avions pas du tout anticipé, et qui s'éloigne à certains égards des représentations ordinaires de l'œnologue. De nombreuses métaphores employées par les œnologues interviewés renvoient au champ lexical de la médecine et du soin. Une comparaison était systématiquement établie entre le métier d'œnologue et le métier de médecin. L'œnologue était décrit comme « le médecin du vin », et aussi d'une certaine manière, comme le médecin (ou plutôt le psychologue) du vigneron.

En effet, le métier d'œnologue comporte de nombreux de points communs avec celui de médecin, du point de vue des règles de métiers explicites ou implicites sur lesquelles repose son exercice, du point de vue des outils et méthodes à sa disposition mais aussi du point de vue de la relation qu'il entretient avec son patient/client.

3.1 Des règles de métier similaires

À l'instar du médecin, l'œnologue exerce sa profession dans le respect de certaines règles de métiers, plus ou moins explicites et plus ou moins contraignantes. Si l'œnologue n'est pas tenu, par la loi, de respecter le secret professionnel (contrairement aux professions médicales, notariales, juridiques), il est attendu de lui qu'il fasse preuve de discrétion vis-à-vis des informations qu'il a collectées chez ses différents clients. L'œnologue-conseil (par opposition à l'œnologue-maison, qui est l'œnologue attitré d'une maison de champagne) travaille souvent avec plusieurs dizaines, parfois centaines de vignerons. C'est cela qui le rend particulièrement précieux aux yeux de ses clients : il bénéficie d'un regard extérieur dont ils ne disposent pas, d'une expérience et d'un recul qui lui permettent de savoir « ce qui marche et ce qui ne marche pas ». Il sait quels traitements œnologiques et méthodes d'intervention sur le procédé de fabrication du vin sont, ou ne sont pas, adaptés en fonction de la matière première, de la zone géographique, de l'année, etc. Il connaît le marché et sait quels types de champagne sont susceptibles de réussir commercialement à une période donnée. Pour autant, « ce qui se passe dans la cave reste dans la cave », nous assure David Chaboche, œnologue à la Station œnotechnique de Champagne. C'est cette discrétion qui, entre autres facteurs, fonde la relation de confiance particulièrement indispensable entre l'œnologue et le vigneron.

La profession d'œnologue est aussi, comme la profession de médecin, fondée sur un serment. À l'obtention de son diplôme, l'œnologue prête serment et s'engage à respecter les douze commandements du Code de Déontologie de l'Union des Œnologues de France. On peut constater de nombreuses similitudes entre cette charte de bonnes pratiques et le serment d'Hippocrate : en premier lieu la dévotion à la préservation de la santé/de la qualité sanitaire, mais aussi l'honneur, le respect des patients/clients et des confrères, l'intégrité et la transparence, l'humilité et l'abnégation, l'actualisation des connaissances au cours de la carrière, etc. Même si ce code de déontologie est moins mis en avant chez les œnologues que le serment d'Hippocrate chez les médecins, son existence révèle que les attributions de l'œnologue dépassent largement la simple expertise technique. Puisque son rôle n'est pas seulement de produire des analyses sur le vin, mais de procurer du soin, et puisque son action peut avoir des conséquences très importantes sur la santé physique des consommateurs et la santé économique des domaines viticoles, il doit respecter une éthique particulière. Ainsi, si nos entretiens nous ont révélé que l'œnologue était avant tout un scientifique rationnel (plutôt qu'un artiste mobilisant des discours à caractère sensible et esthétique), ceci démontre qu'il ne peut être réduit à un simple technicien, aussi qualifié soit-il.

En effet, le métier comporte une grande part d'incertitude. La matière organique (*i.e* le rai-

sin, de son état brut dans la vigne à son état transformé dans la bouteille finie) avec laquelle travaille l'œnologue est bien plus difficile à contrôler que la matière inerte et ne réagit pas toujours comme prévu aux interventions humaines. La diversité des équipements des vigneron et les conditions locales de production impliquent également de nombreuses variations imprévues. Ainsi, le conseil œnologique est nécessairement associé à une prise de risque importante. Pour savoir comment réagir à ces incertitudes, le bagage scientifique de l'œnologue n'est plus suffisant et ne lui permet pas de prendre les décisions les plus pertinentes. Il doit prendre la mesure des conséquences de ses actes, qui peuvent être absolument désastreuses pour le vigneron, plus que pour lui. Pour le premier, ce sont les produits de sa récolte annuelle et donc la santé économique de son exploitation qui sont en jeu; pour le second, c'est uniquement le risque de perdre un client parmi d'autres, client qui le sollicite pour des prestations qui représentent au maximum quelques milliers/dizaines de milliers d'euros (ceci signifie que perdre un client ne met donc pas en danger la santé économique du laboratoire d'œnologie conseil, qui travaille avec plusieurs centaines de collaborateurs). L'œnologue doit donc se référer à un code éthique, qu'il a su s'approprier. Il doit chercher avant toute chose à agir dans les meilleurs intérêts de son client : avec de grands pouvoirs viennent de grandes responsabilités.

3.2 Des outils et méthodes partagés

Le métier d'œnologue se rapproche également de celui de médecin en raison des outils utilisés dans ces professions. Outre son palais et son nez, mobilisés lors des dégustations, les outils de travail centraux de l'œnologue sont les instruments de mesure. L'œnologue mesure de nombreux paramètres – qui ne sont d'ailleurs pas toujours directement reliés au goût, comme on pourrait pourtant le croire – comme le taux de sucre, l'acidité, le taux d'alcool, et produit des bulletins d'analyses qu'il interprète et confronte au ressenti de la dégustation. L'instrument de mesure ne remplace bien sûr pas le palais, et celui-ci ne lui est pas non plus subordonné, mais l'œnologue doit être capable de justifier quantitativement son jugement.

Au-delà des outils, ce sont aussi des méthodes que partagent le médecin et l'œnologue. Il est nécessaire de préciser que l'image de l'œnologue auprès du grand public, qui est souvent confondu avec le sommelier et généralement associé à l'œnotourisme et aux clubs amateurs, ne correspond pas vraiment à la réalité du métier d'œnologue-conseil. Il faut garder en tête que son rôle n'est pas de discourir sur le vin et de mettre en scène sa dégustation, d'explorer de nouvelles saveurs et de magnifier les arômes : son objectif premier est le maintien de la qualité sanitaire. L'activité de l'œnologue consiste en premier lieu à poser un diagnostic. Grâce aux techniques d'analyse en laboratoire, couplées à la dégustation, l'œnologue est capable de déceler les défauts d'un vin, à toute étape de sa maturation, et d'anticiper (partiellement) son évolution ultérieure. Après avoir posé son diagnostic, l'œnologue donne des prescriptions au vigneron. Il peut prescrire des traitements œnologiques, c'est-à-dire des substances chimiques et biologiques : levures, bactéries, enzymes, stabilisateurs, correcteurs, tanins, *etc.* Certains œnologues, comme J-M. Guillemot, travaillent dans des entreprises hybrides (ici, l'Institut œnologique de Champagne) qui proposent à du conseil œnologique et produisent ces traitements, qui sont à l'œnologue ce que les médicaments sont au médecin. Ils sont ainsi à la fois le médecin et le pharmacien du vigneron et de son vin. Mais comme le médecin, qui ne prescrit pas que des médicaments mais aussi des conseils à appliquer à son mode de vie (faire plus ou moins d'activité sportive, favoriser certains aliments, *etc.*), l'œnologue peut recommander des méthodes physiques.

Les évolutions récentes des attentes des consommateurs, qui privilégient de plus en plus les vins plus « instinctifs » et « naturels » (biologiques ou sans sulfites par exemple), c'est-à-dire sans intrants chimiques et basés sur des techniques de vinification proches des pratiques œnologiques anciennes, ont

d'ailleurs un grand impact sur l'activité de l'œnologue. De plus en plus de fabricants de champagne souhaitent s'engager dans une politique RSE, sous l'influence de cette nouvelle demande du marché mais aussi en raison des évolutions des normes environnementales (liées à l'usage de produits phytosanitaires notamment) à l'échelle nationale et européenne. C'est un challenge de taille : on recherche moins d'interventionnisme, alors qu'intervenir est précisément la raison d'être de l'œnologue. L'œnologue d'aujourd'hui a ainsi plus tendance à favoriser la seconde catégorie de prescriptions. Il est toutefois légitime de se demander comment ce changement peut impacter les œnologues travaillant chez des producteurs de traitements œnologiques, qui ainsi prodiguent du conseil mais cherchent aussi à vendre leurs produits.

L'œnologue adopte une démarche scientifique, rationnelle, et surtout empirique. Esprit cartésien, l'œnologue se base sur la science, mais ce n'est qu'avec le temps qu'il arrive à s'approprier véritablement les mécanismes qui régissent la science complexe des vins. La notion d'expérience revêt une importance encore plus grande que dans la plupart des métiers (même si tous valorisent l'expérience). Puisque le vin n'obéit pas toujours aux commandements de l'humain, et que les données quantitatives ne suffisent parfois pas à tout comprendre et tout expliquer, l'œnologue doit se référer aux observations qu'il a pu faire dans d'autres exploitations, ou bien lors des années précédentes. Ce qui fait la valeur d'un œnologue, c'est la sédimentation de toutes ces expériences. C'est cette sédimentation qui lui permet de proposer une analyse et des conseils de plus en plus fins, de déceler dans le vin des caractéristiques ou des facteurs de risque imperceptibles pour l'œnologue novice.

3.3 La relation médecin/patient

La ressemblance entre le médecin et l'œnologue se traduit surtout dans la relation qu'ils entretiennent avec leur client, ou plutôt, leur patient. Le vigneron se place comme un père inquiet qui « confie son vin comme un fils à l'œnologue », qui incarne la figure rassurante du médecin de famille de campagne, nous révèle M Guillemot. En effet, l'œnologue installe une relation de long terme avec le vigneron : on ne change pas d'œnologue au gré des humeurs. La relation entre les deux acteurs se développe lentement, au rythme des cycles annuels viticoles : il faut plusieurs années avant d'aboutir à une relation stabilisée. C'est grâce ces longues années de collaboration que se développe le lien de confiance fort qui unit le vigneron et l'œnologue. L'œnologue est estimé du vigneron, son analyse n'est que très rarement mise en question. En retour, l'œnologue témoigne beaucoup de respect au vigneron et est à l'écoute des ses remarques, reconnaissant son expertise sur la culture de la vigne et son expérience. Ainsi, il ne s'agit pas là d'une relation asymétrique, où l'œnologue, figure d'expert détaché des réalités quotidiennes de la production viticole, unique tributaire d'une expertise scientifique absolue, diffuserait verticalement un savoir « supérieur ». J-M Guillemot nous explique ainsi que « Même si c'est toujours le client qui a le dernier mot, le cahier des charges est co-construit progressivement au fil des années, avec des modifications par petites touches. Il y a beaucoup plus de concertation qu'auparavant. ».

Il y a une grande proximité relationnelle entre l'œnologue-conseil et le vigneron. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, le vigneron ne cherche pas d'indépendance avec l'œnologue, au contraire, il cultive ce lien : « c'est le médecin de famille, on a envie de le voir, on a envie de revenir ». L'œnologue doit intervenir très rapidement, il est très dévoué et doit se rendre en permanence disponible. Il constitue un appui et un soutien important : « On connaît les problèmes de famille, les codes d'alarmes », nous explique M. Chaboche. Médecin du vin, l'œnologue est donc parfois le psychologue du vigneron, qui recherche avant tout à être rassuré et accompagné. Investi d'une responsabilité qui peut parfois devenir difficile à porter, en particulier pendant les périodes très chargées

comme les vendanges, l'œnologue peut ressentir une forme d'usure émotionnelle. Il s'agit donc de trouver un équilibre dans l'investissement personnel, une distance qui permette de se préserver. « Il est dangereux de s'attacher au vin comme si c'était le nôtre », prévient M. Guillemot.

Cette relation ne peut devenir fructueuse qu'au prix d'une grande patience et persévérance. En effet, le couple œnologue/vigneron est parfois confronté à des obstacles et des imprévus douloureux, qui sont de nature à occasionner des conflits. Par exemple, il arrive qu'un vigneron ait payé un forfait qui couvre toutes les interventions qu'il aura jugé nécessaire au cours de la production d'un champagne (par opposition à une rémunération à la prestation) et que son champagne ne passe pas l'agrément. L'œnologue doit composer avec la frustration et la colère de son interlocuteur, qui est naturellement bien plus investi – émotionnellement, financièrement – dans le devenir de son champagne. Cette situation peut rappeler le mécontentement ressenti par un patient lorsqu'il constate que le traitement prescrit par son médecin est inefficace, ou aggrave les symptômes. Ceci renvoie à la question de la responsabilité : à qui l'attribuer, lorsque les enjeux sont aussi importants ? La situation est plus délicate qu'il n'y paraît : « l'œnologue n'est pas un faiseur de miracles ». Il n'a pas le contrôle sur la matière première produite par le vigneron, qui peut être de mauvaise qualité, il ne peut s'assurer que ses prescriptions sont suivies correctement par le vigneron. Ainsi, l'échec du vin ne signifie pas que l'œnologue a échoué à sa mission, même si c'est souvent ce discours qui est entendu.

Il n'est d'ailleurs pas si facile de statuer sur ce que signifie un vin qui « réussit » ou un vin qui « rate », sauf si son mauvais goût est manifeste. En effet, les œnologues que nous avons rencontrés n'établissent pas forcément de parallèle entre la qualité d'un vin et sa réussite économique, arguant que les critères de marque, d'emballage et de publicité sont souvent bien plus déterminants pour ce type de produit. « On pourrait faire le meilleur vin du monde, ce n'est pas pour autant une garantie qu'il se vende », déclare M. Guillemot. D'ailleurs, définir ce qu'est un vin excellent n'est pas une chose aisée, même pour des experts du vin, ceci est sujet à débat : « Le meilleur vin du monde... je ne sais pas ce que c'est, moi, le meilleur vin du monde... », nous confie M. Chaboche. Si les œnologues se disent à l'écoute de la réussite commerciale du champagne de leur client, car celle-ci est toujours valorisante et enthousiasmante, ce n'est pas leur objectif premier. La vente et la production vont de pair, certes, mais la commercialisation ne constitue pas du tout le cœur du métier d'œnologue-conseil. Il peut éventuellement être sollicité ponctuellement pour donner des conseils sur l'emballage, l'étiquette ou le public-cible par exemple, mais ce n'est fondamentalement pas son rôle.

La gestion de la responsabilité est aussi délicate car elle sous-tend la question épineuse de la reconnaissance. Si l'œnologue-conseil est quasi systématiquement tenu responsable lorsque la vinification se passe mal, lorsque le champagne est un succès, il ne reçoit que peu de reconnaissance puisque tout le crédit revient au vigneron. L'œnologue, en particulier l'œnologue-conseil, qui n'est que rarement présent sur le domaine viticole, est un homme de l'ombre. À l'exception du chef de cave (qui est techniquement un œnologue), effigie des maisons de champagne qui assure pour l'essentiel des fonctions de communication et de représentation, les œnologues ont peu d'opportunités de se retrouver sous les projecteurs. À l'heure où les pratiques œnologiques traditionnelles sont remises en valeur, leur utilité est même remise en cause : « certains disent que les meilleurs vins ne sont pas faits par les œnologues », nous confie M. Guillemot.

La découverte de l'importance de la dimension humaine et relationnelle nous permet donc de compléter le profil de l'œnologue, et de comprendre ses missions, au sens large. Les similarités entre la relation œnologue/vigneron et la relation médecin/patient montrent que la mission d'accompagnement que l'œnologue remplit dépasse largement la simple expertise scientifique, technique, ou même sensorielle (avec la dégustation). Nous avons choisi de modéliser ces missions par un FAST des fonctions de l'œnologue, présenté en Figure 4.

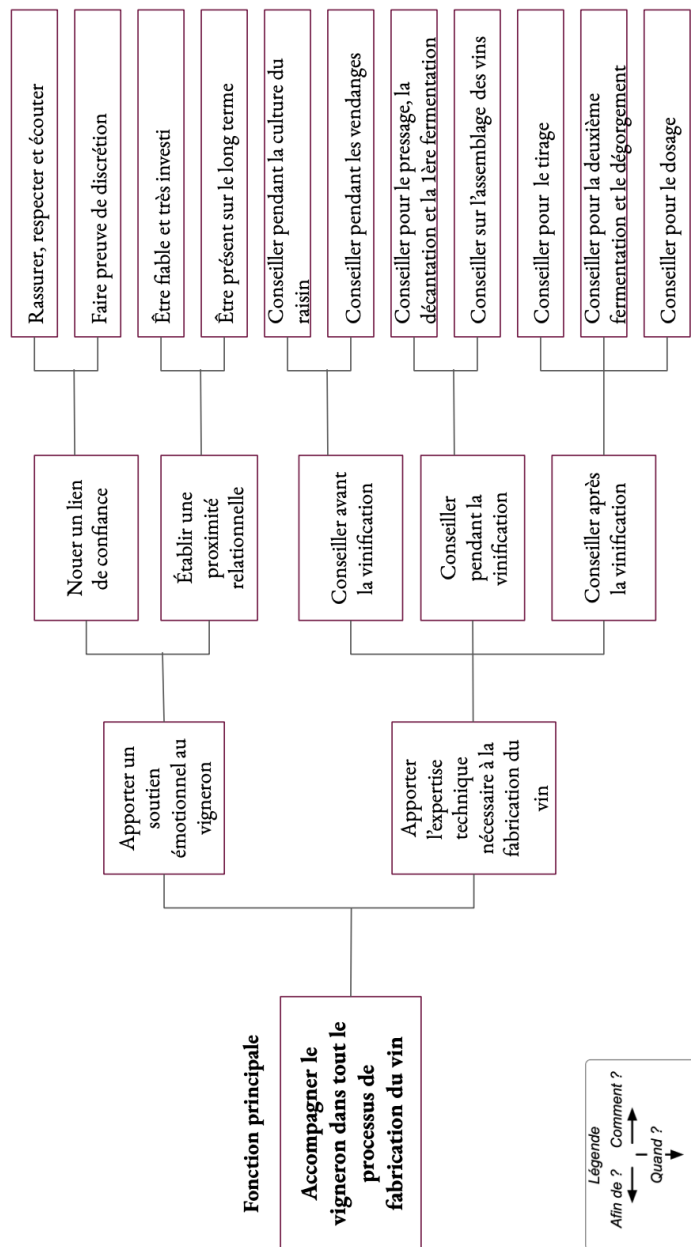


FIGURE 4 – EAST des fonctions de l'oenologue conseil en Champagne

Conclusion

L'enquête que nous avons réalisée sur le métier d'œnologue est avant tout un rapport d'étonnement. Nos recherches, mais surtout les entretiens que nous avons conduits auprès de trois œnologues champenois nous ont révélé que les profils et rôles de l'œnologue étaient très différents, à maints égards, des représentations ordinaires. Aux yeux du grand public, l'œnologue est un homme – on imagine rarement *une* œnologue... – élégant et distingué, qui fréquente les plus grandes caves, restaurants et salons. Maître de la dégustation, il connaît la bonne manière d'apprécier un vin : quelle bouteille, quel verre, quel assemblage, quel ordre de dégustation, *etc.* Il est perçu à la fois comme un artiste et comme un expert, capable de poser des mots justes sur les saveurs du vin, dont il sublime les arômes grâce à un discours onirique et sensuel. Homme de savoir, érudit et cultivé qui maîtrise les aspects les plus spécifiques de la production du vin, il est l'artisan du goût, détenteur d'un savoir-faire millénaire qu'il chérit et garde secret. Homme de talent, son nez et son palais, plus aiguisés que quiconque, lui donnent accès à un univers sensoriel exceptionnel qui demeure inaccessible aux amateurs. Il est l'ambassadeur du luxe et de l'excellence gastronomique à la française. La figure de l'œnologue semble ainsi parée d'une aura de prestige, et surtout de mystère.

Il semblerait pourtant que le métier d'œnologue soit bien différent du portrait dépeint dans l'imaginaire collectif. Lors de nos entretiens, nous avons pu découvrir ni que le cadre, ni le profil de interviewés, ni la nature du travail réalisé, ne correspondaient à ce à quoi nous nous attendions. Cette brève incursion que nous avons réalisée en terre champenoise nous a révélé certains des *dessous* du monde du luxe et de la gastronomie à la française. Derrière l'image raffinée et précieuse de l'univers du vin et du champagne, se cache une réalité bien moins *glamour*. Derrière les grandes bouteilles de champagne, consommées lors d'occasions exceptionnelles, se cachent des hommes au profil bien plus ordinaire qu'il n'y paraît. Nous avons découvert que l'œnologue, loin d'être le « Prométhée viticole » dépeint dans les fictions [1], était avant tout un scientifique et un technicien, fondant en grande partie son expertise sur des méthodes quantitatives et des machines devenues de plus en plus complexes au fil des années. Nous avons pu comprendre que ses aptitudes n'étaient pas le fruit d'un « don » inexplicable et de capacités sensorielles surnaturelles, mais le résultat d'un entraînement intensif, poursuivi avec assiduité tout au long de la carrière. Le métier d'œnologue est ainsi un métier de rigueur et de passion, plus qu'un métier d'intuition et de talent.

Nos échanges nous ont permis de comprendre que l'œnologue ne correspondait pas du tout à la figure de l'homme providentiel, indépendant et omnipotent : il n'est ni un faiseur de miracles, ni le détenteur d'une vérité unique sur le vin et sa fabrication. L'œnologue, comme n'importe quel travailleur, est soumis à un faisceau de contraintes propre à l'écosystème complexe et très codifié dans lequel il évolue. S'il bénéficie d'une certaine autonomie dans l'exercice de son métier, il est toutefois soumis à des sources de prescriptions multiples, obéissant chacune à des desseins différents. Les normes sanitaires et environnementales de plus en plus strictes, les attentes changeantes des consommateurs, l'impératif de reproductibilité, les aléas météorologiques, la matière organique évoluant de manière parfois aléatoire, les impératifs économiques des clients, sont autant de contraintes auxquelles l'œnologue doit constamment s'adapter.

Enfin, cette enquête nous a permis de découvrir une facette du métier d'œnologue que nous n'avions pas du tout anticipé : la relation médecin/patient qui unit l'œnologue et le vigneron, son principal interlocuteur. Nous avons en effet largement sous-estimé la dimension humaine, qui est finalement bien plus présente dans le métier d'œnologue qu'il n'y paraît. Nous avons vu que son rôle de médecin se déclinait dans ses pratiques, son éthique mais plus encore dans sa proximité relationnelle avec le vigneron, avec lequel il entretient une relation long terme basée sur une confiance solide

qui permet de surmonter les obstacles ponctuels. C'est au travers de cette découverte que nous avons pu apporter un éclairage différent à notre analyse. Le questionnement central de notre démarche était le suivant : qu'est-ce qui fait un bon œnologue, c'est-à-dire qu'est-ce qui le rend particulièrement compétent pour savoir ce qu'est un bon vin, et comment le produire ? Nous nous attendions à trouver des éléments de réponse dans le rapport singulier que cet individu entretient avec la question du goût. Finalement, il semblerait que, outre la finesse de ses facultés en matière d'analyse et de dégustation, la qualité d'un œnologue réside dans ses compétences relationnelles.

Références

- [1] Verdier BENOIT et Cailloux MARIANNE. « Prométhée du monde viticole : la figure de l'œnologue dans les fictions françaises de 1960 à nos jours ». In : (2020).
- [2] Sénia FEDOUL. « L'œnologue et le sommelier, ambassadeur de la qualité des vins : le «discours œnologique froid» et le «discours œnologique chaud» ». In : *Territoires du vin* 8 (2018).
- [3] Joël ROCHARD. « Du paysage à l'Eco-conception des caves :«L'œnologue ambassadeur de l'eco-oenotourisme» ». In : *Revue française d'œnologie, ISSN* (2012), p. 4-7.
- [4] Jean SZLAMOWICZ et Obis ELÉONORE. « Le discours de la dégustation : des métaphores entre lexicalisation et séduction ». In : *Les terminologies professionnelles de la gastronomie et de l'œnologie : représentations, formation, transmission*. 2016.
- [5] Benoît VERDIER, Anne PARIZOT et Andrea CATELLANI. « Du discours gastronomique et œnologique ». In : (mars 2019). DOI : 10.14428/rec.v48i48.