

M

ODES ET MONDES DU BOIRE : VIN ET SAKÉ DANS LA MONDIALISATION

6 et 7 novembre 2005

Nicolas BAUMERT
Université Paris IV

*Compte rendu
de colloque*

Programme

Session 1 : Vin et saké : boissons de civilisation

Gilles LAFERTÉ (INRA) : « Rôle culturel et social du vin : l'exemple des vins de Bourgogne »

MIYACHI Hidetoshi 宮地英敏 (Univ. de Tokyo) « Évolution de la place du saké dans le repas japonais »

AOKI Takahiro 青木隆浩 (Musée National d'Histoire et d'Ethnologie) : « Le saké comme culture : antialcoolisme et lois antialcooliques dans le Japon moderne »

Didier NOURRISSON (IUFM Lyon) : « Portrait historique du buveur de vin »

Session 2 : Des terroirs et des goûts

ŌOKA Akira 大岡玲 (écrivain) : « Le *sake* ou le goût du Japon »

Jean-Luc FERNANDEZ (Univ. de Franche-Comté) : « Qu'est-ce qu'une culture œnophile ? »

Jean-Robert PITTE (Univ. Paris IV) : « Vins de cépage ou vins de terroir ? »

Philippe ROUDIÉ (Univ. Bordeaux III) : « Le Bordelais, berceau d'une culture viticole »

Session 3 : Crises et facteurs d'évolution

Marie-France GARCIA (INRA) : « L'économie viticole et les nouvelles viticultures »

Jean-Claude HINNEWINKEL (Univ. Bordeaux III) : « Les Appellations d'Origine Contrôlée face à la mondialisation »

HASUO Tetsuo 蓮尾徹夫 (Japan Sake Brewers Association) : « Histoire, travail et rôle du chef de fabrication de saké (*tōji*) »

FUJIWARA Takao 藤原隆男 (Univ. d'Iwate) : « Caractéristiques du développement de l'industrie du saké »

Ce colloque s'est tenu dans le cadre de la série de conférences sur les modes du boire et du manger organisées par la Maison franco-japonaise en l'honneur de l'anniversaire de la naissance de l'écrivain et gastronome de Belley, Jean Anthelme Brillat-Savarin. Le colloque a rassemblé, dans une perspective comparative et interdisciplinaire, chercheurs français et japonais spécialistes du vin et du saké. La traduction simultanée en français et en japonais des discussions était assurée. La présidence était composée des professeurs Fukuda Ikuhiro 福田育弘 (Université Waseda), Hirota Isao 廣田功 (Université de Niigata) et Suzuki Kōji 鈴木康司 (Université Chūō).

Les dates du colloque coïncidaient avec la sortie en salle à Tokyo du film de Jonathan Nossiter, *Mondovino*, qui a le mérite de présenter (quoique de façon un peu caricaturale), les enjeux de la nouvelle planète des vins, entre tradition et modernité, terroirs et cépages, concurrence et mondialisation des modes de consommation.

C'est un public nombreux et intéressé qui s'est pressé dans l'auditorium de la Maison franco-japonaise pour l'ouverture faite par la directrice, Françoise Sabban. Celle-ci a d'entrée insisté sur la perspective comparative entre ces deux boissons alcooliques¹ qu'elle voulait donner au colloque, et sur le sens du terme saké, puisque celui-ci peut prêter à confusion. Le mot *sake* 酒 en japonais est aussi un terme générique qui s'applique à l'ensemble des boissons alcoolisées ; plus couramment désigné au Japon sous le terme de *nihonshu* 日本酒, le saké se définit comme un vin de riz. S'il est brassé, comme une bière, le résultat unique le rapproche du vin, notamment par ses modes de consommation.

Les deux boissons sont identitaires, c'est-à-dire marqueurs d'une culture et d'une tradition forte. C'est justement ce lien que le colloque a cherché à mettre en évidence, en déconstruisant tous les modèles simples pour aborder, dans toute leur complexité, les enjeux de ces deux vins, l'un issu de la vigne et l'autre du riz, confrontés à un même défi : la mondialisation, ce processus historique et culturel qui met en relation les différents territoires de la planète et bouleverse, par leur mise en réseau, les traditionnels niveaux d'analyse.

Première session : Vin et saké, boissons de civilisation

Chaque peuple possède une boisson particulière qui joue dans son imaginaire un rôle culturel fondamental. Parmi elles, les boissons alcoolisées tiennent une place prépondérante. Cela s'explique par les effets de l'ivresse qui ont très tôt été associés à la convivialité et au religieux. À partir de ce

¹ Terme technique appliqué à toute boisson dont la teneur en alcool est obtenue de façon naturelle, par fermentation ou par distillation. Il s'oppose à l'expression *boisson alcoolisée*, qui désigne les boissons avec ajout d'alcool.

moment s'est créée une identité alliée à un savoir-faire. L'Europe latine s'est approprié le vin, fruit du travail des hommes et de la terre, mais aussi métaphore du sang du Christ ; tandis que le Japon a privilégié le saké, boisson des divinités *shintō*, mariage du riz et de l'eau². Au cours de leurs histoires, leurs productions et leurs places ont évolué, leurs rôles religieux se sont un peu dilués, mais ces deux boissons gardent toujours cette place à part chez les consommateurs. À l'intérieur de la société, différentes forces s'opposent, politiques, économiques et sociales, mettant en place un équilibre instable. La culture est donc un construit à chaque fois réadapté au présent.

Gilles Laferté, chercheur à l'INRA, a commencé par s'interroger, à travers l'exemple de la Bourgogne de l'entre-deux-guerres, sur la dynamique des marchés du vin et la production sociale du consensus nécessaire et préalable à l'échange marchand, c'est-à-dire le consensus sur les normes de la qualité. Il a montré que cette entente dépassait le cadre strict du marché pour embrasser l'ensemble de l'activité sociale. La Bourgogne des années 1920 et 1930 est en effet passée d'un marché contrôlé par les négociants à un marché contrôlé par les propriétaires. Ce renversement s'est fait de façon originale puisque localement ce sont les négociants qui imposaient leurs pratiques. La loi de 1919, sur les appellations d'origine, est la première étape de ce combat. Les propriétaires ont su tisser des alliances, à la fois à Paris et en province, avec les milieux politiques et journalistiques pour renverser le rapport de force. Profitant de l'engouement pour le régionalisme politique et culturel, ils se sont inventé une nouvelle tradition romantique, mettant en valeur le village et ses traditions. C'est de cette manière que sont nées les confréries dont la première est la Confrérie des Chevaliers du Tastevin (1934) qui compte aujourd'hui plus de mille membres. La construction folklorique est donc tout à fait récente et représente finalement un excellent outil de valorisation du modèle de production ainsi mis en place.

Miyachi Hidetoshi, de l'Université de Tokyo, a fait écho à cette présentation en montrant l'évolution de la place du saké dans le repas japonais. Le saké a en effet été historiquement la boisson de l'aristocratie et du clergé. Il s'est ensuite diffusé dans le temps long de l'histoire selon une double logique : à la fois spatiale, de la région de Kyoto et des monastères de Nara vers les provinces, et une diffusion dans la société, jusqu'à la démocratisation de la pratique de consommation au XIX^e siècle.

² Sur cet aspect, voir Emiko OHNUKI-TIERNEY, *Rice as self*, Princeton 1993, p. 45-65. Elle développe un passage intéressant concernant les divinités associées à ces deux éléments. Les divinités du riz sont positives et rassurantes tandis que celles de l'eau sont dangereuses. Le saké est la réunion des deux, d'où son énorme force symbolique.

La consommation du saké se fait selon l'opposition *hare* et *ke*, c'est-à-dire les moments de l'exceptionnel et de l'ordinaire. Le saké a originellement été la boisson des moments exceptionnels, les fêtes religieuses et les rites de passage. Il était peu consommé pendant les repas. Dans les sources les plus anciennes mentionnant des repas de style *kaiseki* 懐石, au x^e siècle, le saké est bu à la fin, dans le même bol que le riz³. Durant l'époque d'Edo, seuls les samurai et les commerçants les plus aisés pouvaient en faire une consommation régulière. En fait, la grande évolution se fait au moment de la restauration de Meiji, lorsque le Japon a cherché à se constituer en État moderne et s'est doté d'une armée de conscription. C'est lors de ce passage par le service militaire que les jeunes paysans ont pris l'habitude de la consommation quotidienne du saké. Les caractéristiques de la boisson ont évolué au xx^e siècle vers un vin de riz de plus en plus sec avec un taux d'alcool plus fort. Sous l'influence du style de repas occidental où le vin est consommé à table, le saké a commencé à être pris pendant les repas. Pour cet usage, le saké sec (*karakuchi* 辛口) est plus approprié que le saké sucré (*amakuchi* 甘口). Depuis les années 1980, c'est le saké sec qui domine très largement dans la consommation. La cuisine japonaise a aussi changé puisque les hommes, qui ont une activité physique moins importante qu'il y a 100 ans, ont une alimentation beaucoup moins salée. Or le saké sucré était surtout apprécié avec des mets salés appelés *sakana* (肴).

Aoki Takahiro, du Musée national d'Histoire et d'Ethnologie, nous a fait part d'un phénomène peu connu au Japon : la mise en place de la loi de 1922 réprimant la consommation d'alcool par les mineurs. Dans la seconde moitié du xix^e siècle, la consommation de saké et le nombre de brasseries ont connu une forte augmentation. Les classes populaires ont peu à peu accédé à la consommation du vin de riz qui est devenu, à partir de ce moment, une véritable boisson nationale. Les cas d'ivresse et d'addiction devenant fréquents, cette consommation excessive apparaît au début du xx^e siècle, pour certains politiques, comme un véritable phénomène social. L'image du saké s'est également modifiée avec la modernisation du pays et sous l'influence des sociétés de tempérance anglo-saxonnes. Le combat pour l'interdiction de la consommation d'alcool par les mineurs est le fait du député Nemoto Shō 根本 正⁴. Il a duré 20 ans, car les résistances dans la société ont été très fortes, ce qui montre à la fois l'importance culturelle du saké et la force économique des producteurs. L'alcool faisant l'objet d'une taxe qui était une importante source de revenus pour l'État, la position

³ Il était certainement autant mangé que bu puisque ce saké ancien, appelé *doburoku* 濁酒, se présentait sous la forme d'une bouillie épaisse, proche de la cervoise.

⁴ Cf. article AOKI Takahiro dans ce même numéro, p. 73-95.

du Ministère de l'Intérieur sur ce point était donc délicate. Pour arriver à ses fins, Nemoto a d'abord contourné le problème en faisant passer une loi anti-tabac en 1899. Pour l'alcool, la proposition de loi a été refusée un grand nombre de fois avant d'être finalement adoptée en 1922 grâce à de fortes pressions sur les parlementaires. Le but de Nemoto était de parvenir à une interdiction totale de la vente d'alcool au Japon, à l'image de ce qui s'est fait aux Etats-Unis en 1919. Son échec s'explique par le fait qu'au Japon la religion n'a pas la même place centrale dans la morale publique qu'en Amérique du Nord. Le saké est d'ailleurs la boisson des dieux *shintō*, d'où la perception positive de la boisson et de l'ivresse pour une large part de la société. La référence chrétienne des sociétés de tempérance leur a donc porté préjudice.

L'exposé de Didier Nourrisson, « Le vin, de la démocratisation à la condamnation », a montré un phénomène analogue en France. Le vin a été au début du xx^e siècle un élément de l'identité populaire française. Il bénéficiait à ce titre de la bienveillance des antialcooliques qui ne s'en prenaient guère qu'aux spiritueux. Le processus d'identification culturelle de la société française au vin ne remonte pas au-delà du xix^e siècle, car ce n'est qu'après la Révolution que la propriété de la cave a cessé d'être aristocratique et que le citoyen français a pu devenir un citoyen-buveur, symbole des valeurs d'égalité et de fraternité prônées par la République. Cette démocratisation s'est effectuée grâce à l'augmentation des quantités produites, la multiplication des lieux et des occasions de consommation et l'adoption d'une législation fiscale favorable au vin. Un mode du boire à la française s'est alors élaboré, basé sur une consommation quotidienne et relativement modérée (la moyenne française se situant tout de même en 1900 à plus de 160 litres par an et par habitant⁵). Le mouvement antialcoolique n'a tourné ses foudres vers le vin qu'après 1945 et la guerre est aujourd'hui déclarée entre les tenants de la liberté individuelle et ceux de la santé publique. À coup de manifestations et de pressions d'un côté, de lois et de décrets de l'autre, toute la distance entre le pays légal et le pays réel apparaît. Il est cependant difficile de condamner le consommateur et les antialcooliques ne peuvent qu'appeler à « un débat public afin de fixer le point d'équilibre à préserver entre les intérêts économiques et sanitaires de la France.⁶ »

⁵ Soit un peu moins de 45 cl par jour (*ndlr*). À titre de comparaison, la consommation actuelle se situe autour de 60 litres par an et par habitant.

⁶ Tract « Sauvons la loi Evin », mai 2004. Paru dans la revue *Alcoologie et addictologie*, 2004, n° 26 (2), p. 86.

Cette première session a donc bien montré en quoi ces deux boissons sont des marqueurs d'identité pour les deux cultures. Éléments de sociabilité, elles plongent leurs racines loin dans l'histoire des peuples et toutes les modifications juridiques qui les visent font l'objet de débats passionnés. L'élément le plus surprenant est la relative concordance des évolutions. Deux moments clés apparaissent : la fin du XIX^e siècle avec l'accès dans les deux pays de la majorité de la population à une consommation quotidienne et le tournant des années 1920 où s'élaborent les législations. Cette évolution parallèle nous montre que la mondialisation existe depuis un certain temps déjà, et que l'histoire des deux peuples se rejoint dans la création de l'État moderne, la mise en place des armées de conscription, des taxes et des règles de santé publique. Ces divers éléments font face à l'influence culturelle anglo-saxonne qui prend naissance dès les années 1920, et se renforce inéluctablement depuis la fin de la seconde guerre mondiale, imposant bon an mal an ses goûts et ses manières de penser au reste du monde.

Deuxième session : des terroirs et des goûts

Le terroir est un concept qui associe l'homme à un milieu physique et biologique dans un cadre géographique. Les produits qui en sont issus révèlent l'originalité de la communauté humaine qui, au cours de son histoire, a construit un savoir intellectuel collectif de production. Longtemps privilégié par la force des choses, il n'est plus l'unique référence de la qualité. Au final c'est le consommateur qui décide car il n'existe pas qu'une façon de boire le vin ou le saké. Les modes de consommation évoluent et se construisent. Si le goût est l'affaire de chacun, cette liberté est aussi basée sur des schèmes culturels car la distribution des saveurs et leur identification n'est pas la même pour toutes les sociétés.

L'écrivain Ōoka Akira a retracé l'histoire du saké comme culture, des premières mentions faites dans les chroniques chinoises, puis dans les textes du *Kojiki* 古事記. Il a insisté sur la similitude avec les récits de la mythologie grecque et sur l'originalité de ces monstres qui apprécient le saké⁷. Il nous a ensuite fait part avec humour de son expérience de grand buveur au sujet, notamment, du *kuchikami no sake* 口噛みの酒, ce saké de

⁷ Susano no Mikoto, le frère d'Amaterasu la déesse solaire, aurait sauvé la princesse Kushinada, prisonnière du grand serpent à 8 têtes du lac Yamata en lui faisant boire du saké. Voir *Kojiki*, notes et traduction M. SHIBATA, Paris, Maisonneuve et Larose, 1969, p. 87.

l'antiquité mentionné dans le *Kojiki* et dans les *Fudoki* 風土記⁸ dont il a fait l'expérience au Vietnam et à Okinawa. Le riz y est mâché dans la bouche puis recraché pour permettre le départ de la fermentation⁹. La persistance de telles pratiques est la preuve que les vins de riz se sont développés dans tout l'Extrême-Orient, même si c'est surtout au Japon qu'ils ont atteint, selon les Japonais, leur caractère le plus évolué. Elles indiquent que l'origine du saké est plutôt à rechercher du côté de la Chine et qu'il a été apporté au Japon en même temps que la riziculture.

M. Ōoka a également évoqué ses goûts en matière de boissons, ainsi que l'imaginaire qu'il associe au saké. Il y note une référence nationale et régionale bienvenue dans le contexte urbain et mondialisé des grandes villes où les identités se dissolvent¹⁰. Pour lui, le buveur de saké est un « résistant ». Dans ce sens, il a parfaitement montré que le choix d'une boisson plutôt qu'une autre correspond à une manière particulière qu'ont les hommes d'appréhender le monde, révélatrice de ce qu'ils sont, de leur origine et de leur époque.

C'est ensuite Jean-Luc Fernandez, de l'Université de Franche-Comté, qui nous a livré son regard de sociologue sur la culture œnophile qui s'est développée en France au xx^e siècle. Caractérisée par une gestuelle et un vocabulaire professionnel en opposition avec la façon aristocratique de boire sans commenter, cette culture se fonde sur la passion de goûter, de comparer, de classer. Le plaisir du vin n'est pas un plaisir immédiat. On n'y accède qu'en mettant en œuvre un goût éduqué. L'œnologue tend donc à devenir le personnage central de la culture du vin actuelle. Cette culture a ses objets spécialisés (verres, carafes, etc.), ses écrits (chaque année paraissent des dizaines d'ouvrages de classement, de technique, de dégustation, de géographie des vignobles, etc.) et ses lieux organisés. Contrairement à ce que l'on pourrait penser cette pratique du vin est très récente et ne s'est imposée que dans les années 1920-1930. La tendance se

⁸ Dans les premiers *Fudoki* de 713, commandés par l'impératrice Genmei 元明天皇, on trouve plusieurs références concernant la fabrication du saké ancien dans les villages. Dans la plupart des cas, c'était les jeunes vierges qui mâchaient le riz.

⁹ En réalité, le processus est un peu plus complexe. La salive ne permet pas une transformation complète de l'amidon et le transforme en dextrine. Le mélange obtenu ne permet pas une fermentation efficace et le taux d'alcool de la boisson ne devait être que de quelques degrés.

¹⁰ La géographie actuelle de la consommation du saké confirme cette impression. Les chiffres montrent que ce sont les départements de l'Ouest du pays, ruraux et âgés, qui consomment le plus de vin de riz. À l'inverse, les grands départements urbains, plus jeunes et plus modernes, boivent moins de saké que la moyenne nationale. Voir Nicolas BAUMERT, *Le sake : géographie culturelle du vin de riz japonais*, mémoire de DEA, Université Paris IV, 2005.

confirme avec les guides et les divers manuels et magazines qui permettent aujourd'hui au consommateur de se retrouver et de choisir ses vins. Le fait que ces comportements ritualisés ne se soient pas étendus à d'autres aliments ou boissons montre que le vin est un aliment tout à fait unique en France.

Jean Robert Pitte, géographe de l'Université Paris IV Sorbonne, a apporté toute la nuance nécessaire pour distinguer les vins de cépage et de terroir. C'est en fait une approche de la complexité qu'il a livrée, indiquant que, grâce à l'amélioration des techniques viticoles, on peut produire du bon vin un peu partout avec des cépages faciles à cultiver. Ceux-ci sont au nombre d'une dizaine, et leurs productions, réparties sur de grandes zones géographiques, sont faciles à assembler. Ce choix est très répandu dans les vignobles du Nouveau Monde et de l'hémisphère sud, mais aussi dans certains vignobles français et européens. Le but est de mettre sur le marché des vins facilement reconnaissables, séduisants et sans aspérité ne demandant pas au consommateur d'être éclairé pour les apprécier.

L'autre école, celle du terroir, s'apparente plutôt à l'art. Elle produit des vins qui ressemblent à leur environnement physique et humain. Ils sont désignés par leur origine qui correspond le plus souvent à des appellations contrôlées. L'enjeu est celui de la typicité et de la qualité. C'est un choix économique délicat, puisqu'il faut beaucoup de travail, de petits rendements et une utilisation de levures naturelles pour que le vin ressemble vraiment à son paysage, à son propriétaire et à son client. À long terme, ce peut être une solution d'avenir pour les petits producteurs à condition qu'ils se créent une clientèle particulière car, dès lors qu'elle est présente, la qualité permet de se constituer des débouchés dans le monde entier.

Philippe Roudié, de l'Université Bordeaux III, s'est ensuite appliqué dans son exposé à présenter le fonctionnement de ce système bordelais qui fait vivre toute une région et qui ne représente pas moins de 10% de la production viticole française. Il a pour caractéristique l'extraordinaire complexité du système des châteaux. Ce terme, né au milieu du XIX^e siècle et désignant un domaine viticole, mais surtout un vin de qualité, a connu un succès foudroyant jusqu'à nos jours. Il y a aujourd'hui plus de dix mille châteaux en Gironde et le terme renvoie à une réalité complexe sur laquelle on a légiféré après coup. La jurisprudence bordelaise a longtemps admis qu'une seule exploitation agricole produisant du vin pouvait regrouper plusieurs châteaux, à condition toutefois que les vins produits soient eux-mêmes différents. Ainsi de nombreux viticulteurs à la tête d'une seule unité économique peuvent proposer plusieurs vins portant des noms de

châteaux différents. Témoin de cette nostalgie des valeurs aristocratiques que les Français gardent depuis qu'ils sont en république, le succès du vocable est tel que le mot a été adopté dans de nombreux autres vignobles français et étrangers, au grand dam des viticulteurs bordelais. Château est un terme qui fait rêver, vendre et qui prouve que dans un grand vin, il y a plus d'histoire que de géographie.

Le débat de cette première journée s'est orienté vers les moments historiques et les similitudes entre les évolutions des pratiques de consommation tant en France qu'au Japon, sur les questions de la simplification des étiquettes et des appellations, ainsi que sur la prise de position des capitaux étrangers dans le vignoble français. La question du vocabulaire spécialisé a également été évoquée. Il apparaît qu'au Japon, contrairement à la France, il ne soit pas encore passé dans le langage des amateurs et que seuls les professionnels du saké l'utilisent.

Troisième session : Crises et facteurs d'évolution

Les deux vins sont donc en crise, ou en évolution, les marchés sont désormais ouverts et les consommateurs ont un éventail de choix plus large que jamais. Français et Japonais boivent de moins en moins mais de mieux en mieux. Sous les coups de boutoir de la mondialisation, les monopoles et les acquis se fissurent, de nouvelles pratiques apparaissent, renversant les certitudes.

Marie-France Garcia, de l'INRA, est revenue sur la remise en cause de l'hégémonie de la production viticole française sur le marché mondial. Cette crise des vins français est sérieuse car elle intervient à un niveau inattendu: la qualité. La concurrence se fait aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur des frontières nationales dans un marché français en régression. Avec l'exemple des vins de Loire et du Languedoc, elle a montré que sur le marché mondial, d'autres critères prévalaient. Des classements internationaux placent certains languedocs au niveau de grands bordeaux, ce qui permet à des propriétaires ingénieux de contourner les pesanteurs du système des AOC et de leur rente de situation. Son exposé entrain parfaitement en résonance avec celui de M. Laferté. Il a montré que le passage à l'échelle internationale et l'utilisation des médias est toujours un facteur de retournement, surtout dans une économie dominée par des groupes transnationaux. Cette situation invite les producteurs français à penser autrement et l'État se met à douter de la pertinence du système des AOC. Un rapport du ministère de l'Agriculture de 2001 indique que « seules des entreprises de taille suffisante peuvent faire émerger des

marques, les promouvoir, les soutenir auprès d'une distribution de plus en plus concentrée¹¹ ». La viticulture française cherche un second souffle et la foi en l'universalité de ses modèles en prend un coup.

Jean-Claude Hinnewinkel, de l'Université Bordeaux III, s'est alors interrogé sur ce système des AOC face à la mondialisation. L'édifice des Appellations d'Origine se fonde sur une longue histoire française qui commence à partir de la loi sur la répression des fraudes de 1905 et qui s'élargit ensuite dans les années 1990 à la dimension européenne. Il se traduit par des corrélations entre les produits et leur origine géographique ainsi que la garantie d'une originalité résultant d'un terroir. Leur bilan économique est éloquent puisque, pour le vin, les AOC représentent une plus value de 230% par rapport aux autres vins¹².

L'AOC est donc un système géographique efficace qui imprime sa marque à la fois dans le paysage et dans les différents secteurs économiques. Il permet un véritable développement durable, lié toutefois à la durabilité des valeurs de la société qui le porte. L'avenir de ce mode de production apparaît donc largement fonction de la capacité des producteurs à organiser leur défense et à bien gérer le conflit qui les oppose aux marchands. Défendre l'AOC, c'est donc mettre en avant le long labeur du temps dans un monde en quête de racines. À condition de bien se placer sur le terrain de la qualité, l'Appellation d'Origine Contrôlée demeure un scénario d'avenir et la bannière d'une autre mondialisation car, ne l'oublions pas, la viticulture de qualité est l'une des moins subventionnée.

Hasuo Tetsuo, de la Japan Brewer Association, a ensuite expliqué le rôle du *tōji* 杜氏 dans la fabrication du saké. Dès le début de l'époque d'Edo, certains paysans se sont spécialisés dans la fabrication du vin de riz, profitant de la faible activité de la saison hivernale. Ils se sont organisés en confréries et chaque région, voire chaque village, avait la sienne. Il existait des relations privilégiées entre les producteurs de saké et ces artisans qui, au fil des générations, avaient développé un véritable savoir-faire.

Sous la direction du maître *tōji*, les membres de la confrérie se répartissent les rôles dans les différentes étapes de la fabrication. La particularité du saké réside dans le fait que les fermentations interviennent en parallèle dans une même cuve ouverte. Ce procédé est extrêmement délicat et nécessite une maîtrise parfaite de tous les éléments comme la température, le mélange, les ajouts de riz au bon moment, etc. Si cette tradition s'est

¹¹ Jacques BERTHOMEAU, *Comment mieux positionner les vins français sur les marchés d'exportation ?*, Rapport remis au ministre de l'Agriculture le 31 juillet 2001.

¹² Basé sur les données export 1999-2001.

maintenue jusqu'à aujourd'hui, le nombre de confréries est néanmoins en baisse¹³. Ce mouvement s'explique par les transformations des campagnes japonaises, mais aussi par la dureté des conditions de ce travail. Dans les années 1960 et 1970, avec la modernisation des industries, les grands producteurs ont plutôt fait appel à des ingénieurs et les fermentations sont désormais contrôlées par ordinateur. Rien n'indique pourtant la mort de la profession. Avec l'engouement actuel pour les sakés régionaux, les brasseurs revendiquent à nouveau de faire appel aux *tōji*, synonyme de qualité. De jeunes passionnés entrent dans le métier, qui devient à présent un travail à temps plein, avec une formation, des recherches et des séminaires pendant la saison d'été.

La session s'est terminée avec l'exposé du professeur Fujiwara Takao, de l'Université d'Iwate, qui a expliqué les caractéristiques du développement de l'industrie du saké. Il a tout d'abord rappelé que le processus de fabrication en trois phases s'est stabilisé vers le milieu du XVIII^e siècle et que c'est à cette époque que les premières industries se sont développées. Elles ont immédiatement bénéficié d'une protection fiscale et d'un *numerus clausus*, géré par des licences qui permettaient au shogunat de contrôler le nombre de producteurs. Ceux-ci étaient pour la plupart de grands propriétaires terriens, possédant des terres suffisamment vastes pour construire des brasseries sur plusieurs niveaux.

Dès la restauration de Meiji, l'État s'est intéressé à cette production qui devenait, devant le textile, la première industrie du pays. Le premier impôt a été instauré en 1873 et la production personnelle de saké trouble, strictement interdite. Jusqu'en 1939, les revenus de la taxation du saké ont représenté pour l'État une des premières ressources fixes. Celui-ci s'est également intéressé à la recherche et au contrôle de la qualité par la création de la Japan Brewer Association qui a contribué à mettre au point de nouvelles méthodes de brassages et de sélection des levures. Au cours du XX^e siècle, les industries ont connu une phase de concentration, puis une baisse due à la concurrence depuis la fin de la seconde guerre mondiale des autres boissons alcoolisées comme la bière, le *shōchū* 焼酎¹⁴ et le vin. De près de 30 000 fabriques en 1870, il n'en reste aujourd'hui que 1933.

La principale caractéristique de cette industrie est qu'elle ne s'est développée que pour le marché national et local. L'exportation de

¹³ Il n'existe aujourd'hui plus que 18 confréries regroupant au total 927 personnes alors qu'elles étaient encore 32 en 1965.

¹⁴ Alcool distillé obtenu à partir de divers ingrédients : riz, patates douces, blé, marrons, etc. Le *shōchū* est apparu au XIV^e siècle, mais est longtemps resté une boisson peu consommée, sauf à Okinawa et à Kyushu. Depuis une dizaine d'années, il connaît un grand succès et sa consommation est aujourd'hui à peu près égale à celle du saké.

saké à l'étranger est ridiculement faible et encore, ne concerne-t-elle principalement que les Japonais expatriés. C'est une des principales faiblesses de cette industrie qui connaît aujourd'hui une phase critique dans un marché intérieur saturé.

Les deux boissons sont donc en crise, une crise d'autant plus difficile à gérer que toutes deux ont été pendant près d'un siècle des boissons populaires. Elle s'accompagne d'une perte de confiance dans les valeurs et les savoir-faire. Pour le vin, dont la consommation s'est propagée sur tous les continents accompagnant l'expansion européenne, la concurrence vient des nouveaux pays producteurs, qui peuvent à présent proposer des produits de qualité et bousculer les classements traditionnels. Pour le saké, la concurrence vient des autres boissons qui, depuis la guerre, ont percé sur le marché nippon. Il a perdu son statut de boisson populaire au profit de la bière qui représente aujourd'hui près de 45% de la consommation des boissons alcoolisées. La question essentielle, qui a été soulevée lors du débat, est la faiblesse des exportations de saké à l'étranger. Ce fait est difficilement compréhensible puisque le Japon est capable d'exporter, avec le succès que l'on sait, sa culture et sa cuisine. À condition de ne pas trop attendre, l'avenir économique et l'espoir pour cette boisson exceptionnelle sont certainement à rechercher dans cette direction.

* * *

Alors que le vin fait l'objet de recherches nombreuses et transdisciplinaires en France, les études sur le saké restent confidentielles, même au Japon. Espérons que l'avant-goût donné par ce colloque puisse créer un engouement et une curiosité pour le vin de riz japonais aussi grand que celui des participants français. La grande différence qui est apparue entre les deux boissons réside dans leurs aires de diffusion. Si le vin, à l'image de la culture européenne, s'est diffusé dans le monde entier, le saké est resté confidentiel et limité au Japon. Bien des points de comparaison sont pourtant possibles. La place de la boisson alcoolique dans les deux sociétés est assez semblable et le processus de mondialisation permet de les rapprocher sous des problèmes communs. N'oublions pas que le monde a toujours été et reste concurrentiel en terme de puissance. Ce n'est pas une donnée nouvelle et dans ce domaine particulier du bon goût, l'influence culturelle que peut avoir un pays a des retombées économiques significatives. Le haut niveau de qualité que les deux boissons ont atteint est le fruit des savoir-faire qu'ont développé au fil des siècles ces professionnels et artisans sans qui il n'y aurait jamais eu de grands vins ni de beaux sakés. Ces talents n'ont eu pour seul but que de satisfaire

les amateurs éclairés. Si aujourd'hui, la concurrence internationale met en question leur suprématie sur leurs marchés nationaux, ils ne pourront continuer à s'imposer qu'en affirmant leurs spécificités respectives, sans céder à la facilité du goût standardisé.