UNIVERSITÉ TOULOUSE - JEAN JAURES
INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME,
DE L'HÔTELLERIE ET DE
L'ALIMENTATION

MASTER ALIMENTATION

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

« La consommation de boissons alcoolisées chez les jeunes : vers une consommation de vin socialement acceptée »

Présenté par :

Ophélie Gout

Année universitaire : **2015 – 2016** Sous la direction de : **Danielle Cornot**

UNIVERSITÉ TOULOUSE - JEAN JAURES
INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME,
DE L'HÔTELLERIE ET DE
L'ALIMENTATION

MASTER ALIMENTATION

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

« La consommation de boissons alcoolisées chez les jeunes : vers une consommation de vin socialement acceptée »

Présenté par :

Ophélie Gout

Année universitaire : **2015 - 2016** Sous la direction de : **Danielle Cornot**

L'ISTHIA de l'Université de Toulouse Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développés doivent être considérées comme propres à leur auteure.

« La jeunesse est une ivresse sans vin et la vieillesse un vin sans ivresse »

Proverbe allemand

Remerciements

REMERCIEMENTS

Pour ce travail, je tiens à remercier mon maître de mémoire, Madame Cornot, qui a su m'accompagner et m'aider à avancer, tout au long de cette année de Master et dans la réalisation de ce projet.

Je voudrais aussi saluer les conseils et encouragements de ma famille et de mes amis restaurateurs.

Je souhaite enfin remercier les personnes interrogées dans ce mémoire, qui ont su me donner de leur temps libre, afin de m'apporter des réponses très précieuses.

Sommaire

REMERCIEMENTS **7**

SOMMAIRE **8**

INTRODUCTION GÉNÉRALE **9**

PARTIE 1 : CADRE THÉORIQUE 11

Chapitre 1 : Le vin, un produit culturel français *12*
Chapitre 2 : Les consommations de vin ; entre imaginaire et social *21*
Chapitre 3 : Contexte et enjeux *29*

PARTIE 2 : HYPOTHÈSES 44

Chapitre 1 : Étude de l'hypothèse 1 : « L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte. » *47*
Chapitre 2 : Étude de l'hypothèse 2 : « Le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs.» *54*
Chapitre 3 : Étude de l'hypothèse 3 : L'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé. *61*

PARTIE 3 : MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE 67

Chapitre 1 : Les différentes méthodes *69*
Chapitre 2 : Méthodologie probatoire convenant à l'ensemble des hypothèses *80*
Chapitre 3 : Méthodologie probatoire convenant à l'hypothèse 1 ..... *90*
Chapitre 4 : Méthodologie probatoire convenant à l'hypothèse 2 ..... *92*
Chapitre 5 : Méthode probatoire pour l'hypothèse 3 ..... *95*

CONCLUSION GÉNÉRALE **99**

BIBLIOGRAPHIE **101**

TABLE DES ANNEXES **105**

ANNEXES 106

TABLE DES FIGURES **137**

TABLE DES TABLEAUX **137**

TABLE DES MATIÈRES **138**

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Les médias donnent une image des jeunes très catastrophique concernant leur consommation d'alcool,[1] en se désolant devant des jeunes qui ne pensent qu'à être saouls en toutes circonstances. Ne me retrouvant pas dans ce constat, je me suis demandée si mes amis et moi étions les seuls à avoir un rapport « normal » avec l'alcool et plus particulièrement avec le vin. Effectivement, de par nos études en restauration, nous avons été « formés » à le regarder, à le sentir, à le déguster et à l'apprécier. Ainsi, il était primordial pour moi de savoir ce qu'il en était des autres jeunes. Ma question de départ était donc la suivante : **« Quels sont les rapports qu'entretiennent les jeunes de 18 à 25 ans avec le vin en Midi-Pyrénées, comment et pourquoi en consomment-ils ? »** Mon sujet originel ne devait se consacrer qu'à l'évolution des images mentales et des représentations des jeunes par rapport au vin, élément me paraissant essentiel à la compréhension du comportement de consommation. Puis, au fil de mes lectures, et devant une telle stigmatisation de la jeunesse, j'ai souhaité aller plus loin avec un point de vue plus sociologique que profane. Ma question de départ s'est donc affinée, vers la problématique suivante : « **Quelles sont les influences qui vont amener les jeunes à consommer et apprécier le vin de manière modérée et socialement acceptée ? »** Les sujets de cette étude n'ont pas changé, nous nous concentrerons sur les jeunes de 18 à 25 ans de Midi-Pyrénées, travaillant ou étudiant à Toulouse.

Ce travail sera traité en trois parties qui comprendront chacune trois chapitres :

La première partie examinera le contexte de recherche ainsi que les concepts essentiels à notre étude. Nous traiterons du vin en France avec une première approche très générale, tant historique, géographique, qu'économique dans un premier chapitre. Le chapitre deux portera sur les consommations et la symbolique du vin. Nous traiterons également de concepts tels que le principe d'incorporation, le savoir boire, le rite de passage, l'influence des pairs et le buveur pluriel. Enfin, nous terminerons cette partie avec un chapitre ciblé sur notre objet d'étude qui est le vin et les jeunes, avec une étude des consommations des jeunes, une étude sur les vins du sud et une étude un peu plus approfondie de notre échantillon, les jeunes de Midi-Pyrénées vivant à Toulouse.

[1] http://www.anpaa.asso.fr/lanpaa/actualites/alcool/197-les-parents-inquiets-augmentation-de-la-consommation-dalcool-chez-les-jeunes
http://www.ladepeche.fr/article/2015/05/12/2103387-alcool-beuveries-express-progression-inquietante-chez-jeunes-occidentaux.html

La deuxième partie portera sur les hypothèses que nous avons réussi à dégager. Pour cela, chaque hypothèse fera office d'un chapitre. Ces hypothèses seront expliquées et soutenues grâce à des entretiens exploratoires réalisés auprès de jeunes de 18 à 23 ans. Ci-dessous, l'énonciation de nos trois hypothèses :

- L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte ;
- le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs ;
- l'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé. C'est la boisson d'une autre génération.

Enfin, dans une troisième partie, nous traiterons de la méthodologie probatoire associée à chacune de ces hypothèses, dans l'optique de notre master 2. Cette partie sera divisée en 5 chapitres. Le premier sera une mise en lumière de toutes les méthodes que nous souhaitons utiliser, tant qualitatives que quantitatives. Puis, les quatre chapitres suivants seront consacrés à l'application de ces méthodes. Nous rendrons compte dans un premier temps de l'application de la méthode quantitative avec la réalisation d'un questionnaire regroupant l'ensemble de nos hypothèses. Puis, les trois dernier chapitres de cette partie seront l'application de la méthodologie quantitative avec pour l'hypothèse 1 la réalisation d'un entretien de type « récit de vie », pour l'hypothèse 2 la création d'un focus group et enfin pour l'hypothèse 3, la création d'un guide d'observation ainsi qu'un guide d'entretien semi-directif consacré à la sophistication.

Partie 1 : CADRE THÉORIQUE

Cette première partie, divisée en trois chapitres, traitera de notre cadre théorique. Dans celui-ci, nous essayerons de rassembler tout le savoir nécessaire afin de cerner au mieux notre sujet et pouvoir, par la suite, amener une problématique et des hypothèses novatrices. Le premier chapitre, traité ci-dessous, analysera la place du vin comme produit culturel propre à la France et présent dans de nombreux domaines. Nous verrons son impact dans l'histoire et l'économie, sans oublier de montrer son développement dans l'espace géographique.

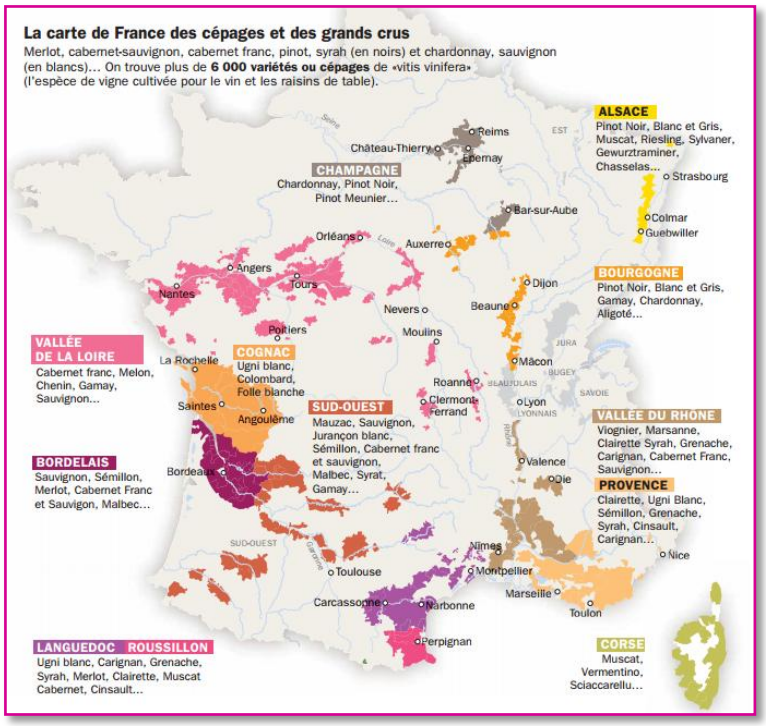
Chapitre 1 : Le vin, un produit culturel français

Le vin est présent dans notre pays, bien plus que dans les caveaux, bien plus que dans les supermarchés… La vigne et le vin sont depuis toujours présents en France, et en ce sens, ils jouent un rôle prédominant. En montrant dans cette première approche son importance et sa présence, nous pourrons expliquer par la suite certains phénomènes. Nous prendrons aussi du recul et remonterons le temps, afin de voir comment le vin s'est fait une place jusqu'à devenir la « boisson totem » de France. Nous étudierons dans un premier temps le vin d'un point de vue géographique. Puis nous constaterons que le vin est primordial dans l'économie française, et ce, tout au long de l'histoire.

1. Le vin, pilier de la croissance et du rayonnement de la France

1.1 Le vin en France

FIGURE 1 : CARTE DES VIGNOBLES FRANÇAIS



SOURCE : FNSEA.FR

Pour débuter, voici une carte de nos vignobles. La présence du vin saute aux yeux ; mis à part au nord et au nord-ouest, le vin recouvre pratiquement l'ensemble du territoire. Nous constatons que la France possède 12 régions viticoles dispersées dans tout le pays. De ce fait, chaque Français habite plus ou moins près d'une région viticole et sera susceptible de connaître, de près ou de loin, le monde de la viticulture. Cette proximité des Français avec le vin facilitera la création de représentations dans l'imaginaire individuel. Certaines régions, comme nous venons de le constater n'ont pas de terroir viticole. La raison pour laquelle il n'y a pas de vin dans le nord et le nord ouest est peut-être historique. Ces habitants ont préféré la bière, dans les années 1900, lorsque le vin s'est développé à grande vitesse en France (Nourrisson, 2013, p.117). A cette époque, les Parisiens consomment 150 à 200 litres de vin par an alors qu'un habitant du Finistère n'en boit que 25 litres. Par ailleurs, ces régions sont connues pour leur production de bière et/ou de cidre. Selon Claire König, *« la vigne était cultivée en Normandie aux XIIe et XIIIe siècles », puis « la bière remplaça le vin, et fut supplantée vers le milieu du XVIe siècle par le cidre. Au XVIe siècle encore, en Normandie, la bière était la boisson du peuple et le cidre la boisson de luxe. »*[2]

Pour ce qui est du reste de la France, selon le journal *Le Monde*[3] et un article du site « *Vin et Société*[4] », la filière viticole française représente 760 000 hectares, soit 10% de la surface mondiale de vigne. La France produit près de 17% du vin de la planète. Cela peut paraître peu, mais la France est le deuxième producteur mondial de vin, derrière l'Italie et devant l'Espagne. Enfin, sur un total de 96 départements (hors DOM TOM), la France compte 66 départements viticoles. Cela signifie que le vin est présent dans 69% du pays, ce qui est tout de même conséquent. Cette présence explique le fait que le vin soit notre boisson totem. Il représente ce que le territoire français peut offrir et un savoir-faire, transmis par la culture. Le vin est donc un héritage qui est propre aux Français et sa présence en rend compte. Après ce premier constat, nous allons à présent étudier l'impact économique du vin en France, au fil du temps.

[2] KÖNIG., [sans date]. Dossier > Le cidre. In : *Futura-Sciences* [en ligne]. [Consulté le 9 janvier 2016 a]. Disponible à l'adresse :http://www.futura-sciences.com/magazines/voyage/infos/dossiers/d/geographie-flanerie-calvados-830/page/3/.

[3] GIRARD, Laurence, 2015. La France n'est plus le premier producteur mondial de vin. In : *Le Monde.fr* [en ligne]. 28 octobre 2015. [Consulté le 4 janvier 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.lemonde.fr/economie/article/2015/10/28/l-europe-conforte-sa-domination-du-marche-du-vin_4798422_3234.html.

[4] FOURGEAU Joël. 2015. Éclairer. In : Vin et société [en ligne]. [Consulté le 6 janvier 2016 c]. Disponible à l'adresse : https://www.vinetsociete.fr/eclairer.

1.2 L'histoire du vin : Entre économie et histoire

Cette partie sera traitée en trois points. Premièrement, nous verrons que la religion catholique a activement participé à la création du vin comme institution en France. Dans un second point, nous développerons les principaux faits marquant de l'histoire du vin en lien avec l'économie. A travers cette partie nous verrons que le vin a induit des constructions et des innovations afin de renforcer l'économie française, que cela soit à l'intérieur même du pays ou bien à l'extérieur, avec les exportations. Nous traiterons surtout de transports dans cette partie, le but étant de montrer comment le vin s'est étendu sur le territoire national puis international. Cette partie sera abordée d'un point de vue historique, sans prétendre être exhaustive, le but étant de montrer des points essentiels. Enfin, dans une dernière section, nous étudierons des chiffres plus récents, pour montrer que le vin fait toujours partie intégrante de notre culture et surtout, de notre économie.

1.2.1 Histoire et religion catholique

Avant de devenir notre boisson nationale, le vin a occupé une place de plus en plus importante dans la culture française. La religion catholique a su préserver cet héritage qu'est le vin, afin d'en devenir la gardienne et de l'améliorer tout au long de l'histoire. Effectivement, nous devons aux moines des innovations considérables : ils ont transformé le produit afin de le rendre meilleur et conservable, en visant une plus haute qualité. Ce sont les moines et les rois qui ont contribué à développer le vignoble sur tout le territoire afin d'assurer la survie de l'empire romain et dans un but d'autosubsistance. (Nourrisson, 2013, p.43) Le vin est à l'origine une boisson correspondant aux catégories supérieures de la société. Le clergé aime le vin, chaque moine en consomme chaque jour en moyenne 0.27L, sans compter le vin de messe. (Nourrisson, 2013, p 45) Afin de rendre la production et la consommation plus agréables, les moines ont élaboré des techniques innovantes. Les principaux progrès qu'ont amenés les moines sont la conservation en cave (avant le vin était conservé dans les greniers) et la création du pressoir à vin. Les moines ont aussi appris à conserver le vin plus longtemps, afin qu'il se bonifie. Nous constatons ainsi que de nombreux vins, et parmi les meilleurs, ont une appellation religieuse. Nous citerons le Clos Vougeot, un des meilleurs vins de Bourgogne, le Châteauneuf du Pape ou encore le Saint Emilion. (Nourrisson, 2013, p.49)

La religion et le vin sont donc étroitement liés. Dans la bible, le vin et la vigne sont cités 443 fois[5] et nous comptons au moins 30 saints qui protègent uniquement la vigne. Par exemple saint Martin qui protège la vigne des gelées et assure la floraison, saint Vincent qui doit son nom à « vin » et « sang » ou encore saint Jean, patron des tonneliers (Nourrisson, 2013, p.61). Cette présence est d'autant plus marquée par la symbolique du vin dans la religion chrétienne, qui représente le sang du Christ, au cœur de chaque office religieux. Dans l'article de Testart[6], le vin symbolise « le sang du Christ » et est considéré comme purificateur.

La religion a également été la cause de la prohibition du vin aux femmes. Voici, selon Corbeau et cité par Cornot (2012, p 1420), les 3 tabous qui empêchaient les femmes de boire du vin :

- « le vin est un élément vivant donc incompatible avec le rôle de reproduction des femmes ». Par l'incorporation de vin, les femmes se rendraient coupables d'adultère ;
- le vin est associé au sang pur et divin, qui est en opposition avec le sang impur des menstruations ;
- le vin était associé aux libertines et aux prostituées.

Aujourd'hui ces tabous sont dépassés, mais ils rendent compte de l'impact qu'a pu avoir la religion sur la production et les consommations de vin. Rappelons qu'à cette époque, la France était un pays très croyant et l'Église, porteuse de mœurs, était un modèle à suivre. Aujourd'hui, nous devons aux moines et à la religion catholique de nombreux grands vins ainsi que des techniques mondialement reconnues qui font partie intégrante de notre culture. Nous allons à présent constater en quoi le vin a impacté le développement de réseaux commerciaux et l'économie française, d'hier à aujourd'hui.

1.2.2 Le commerce et le transport de vin en France

Selon Nourrisson (2013, p.31), les premières commercialisations de vin se font très tôt. Il est vendu dans des amphores, la plus vieille d'entre elle a été retrouvée en Iran au VI siècle avant JC. Puis, au fil du temps, le vin s'est répandu du Sud vers le Nord et fut amené jusqu'à la

5 ANDROUET Pierre, « Le vin dans la religion », p. 137 à 143, in Charles Quittanson et François des Aulnoyes, *L'élite des vins de France*, no 2, Éd. Centre National de coordination, Paris, 1969

6 TESTART, Alain, 2014. « Pourquoi les femmes ne débouchent-elles pas les bouteilles de vin ? » In : *L'Homme*. 16 octobre 2014. Vol. n° 212, n° 4, p. 23-35.

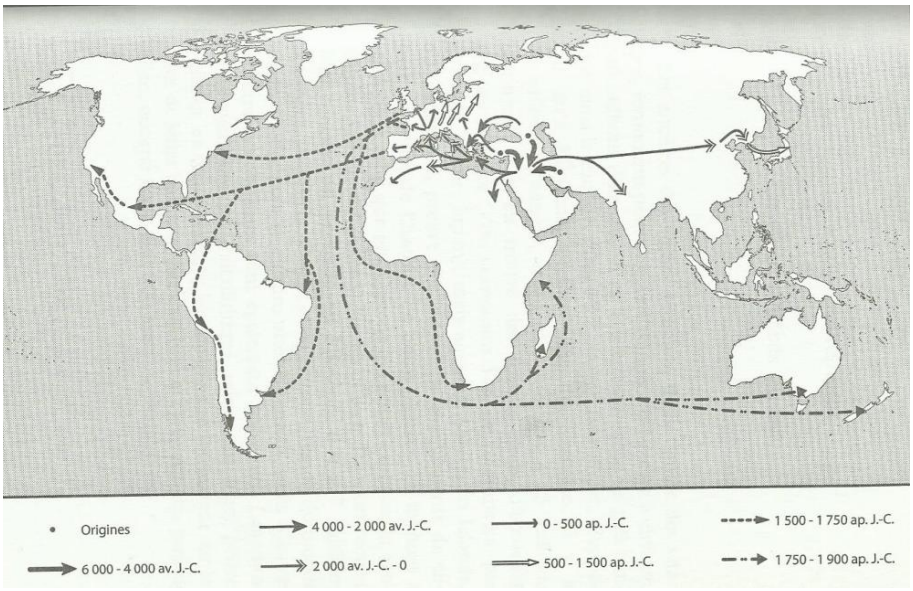
Gaule, en passant par la Grèce et l'Italie. Le vin consommé en Gaule était surtout issu de l'importation, car le vin produit par les Gaulois ne ressemblait en rien à celui de nos jours. Nourrisson (2013, p.24) qualifie de vin gaulois un vin de mauvaise qualité, noir épais et peu estimé. Le vin romain était donc préféré à celui des Gaulois. D'abord transporté par voie terrestre, il fût ensuite importé par voie fluviale, pour plus de sécurité. Dès son arrivée en Gaule, le vin fût réservé aux classes supérieures ou aux guerriers, pour leur donner du « courage ». Celui-ci était troqué contre des pierres précieuses, des peaux d'animaux, du bétail ou encore des esclaves. Selon Nourrisson, l'arrivée du vin en Europe du Sud, notamment en Gaule, provoque des convoitises immédiates de la part des aristocrates gaulois, qui boivent avec « une passion furieuse… jusqu'au sommeil et à l'égarement ». (2013, p.21) Pour cause, les effets du vin sont « bien plus visibles que ceux de la cervoise ». Cet amour du vin va contribuer au développement du commerce, au profit des Romains qui « considèrent que l'amour que les celtes portent au vin est un cadeau d'Hermès (dieu du commerce) » (Nourrisson, 2013, p.21)

Puis au premier siècle de notre ère, le vin est produit en Gaule et le vignoble va s'étendre très rapidement. Sur la carte ci-dessous, nous voyons que le vin s'est répandu de 0-500 après JC en suivant deux axes principaux, du sud vers le nord (Nourrisson, 2013, p.28, 29, 30) :

- Narbonne – Toulouse - Bordeaux
- Marseille - Lyon en suivant le Rhône

Nous constatons également que le vin français s'exporte à partir des années 1500 vers la Grande-Bretagne, l'Afrique du Sud, l'Australie ou encore l'Europe de l'est.

FIGURE 2. : DIFFUSION DE LA VIGNE ET DU VIN DEPUIS LES ORIGINES

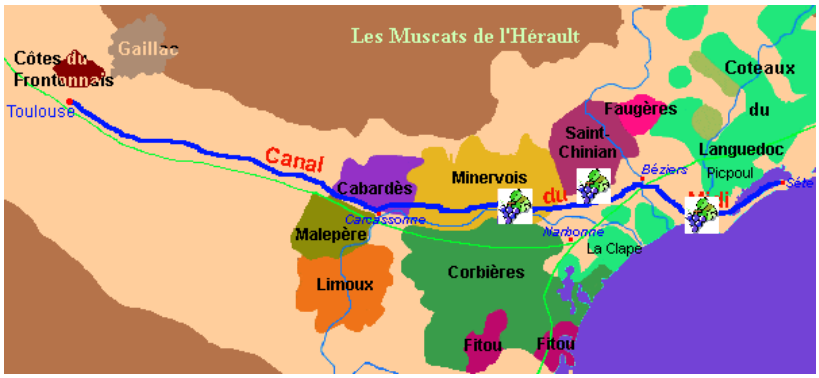


SOURCE : LE DÉSIR DU VIN À LA CONQUÊTE DU MONDE J.R PITTE

Durant l'antiquité, les bateaux transportant les amphores bouchées au mortier se nommaient des pinardiers.[7] Ils assuraient un commerce triangulaire entre l'Espagne – l'Italie – et la Gaule romaine qui concentrait l'essentiel du commerce maritime. Selon Garrier, l'amphore est remplacée par le tonneau gaulois en 51 avant JC. Sa légèreté, sa contenance, sa maniabilité et sa résistance feront qu'il sera adopté au détriment de l'amphore (2003, p.63 à 65). Puis, en 1680, le canal du midi est construit, spécialement pour transporter des marchandises, et notamment du vin. Sur la carte ci-dessous, nous voyons en bleu, le canal du midi, et nous pouvons constater que celui-ci est entouré de vignobles.

> *« Le canal relance le commerce du blé et du vin en Languedoc, son but principal. Ce trafic commercial a pour effet d'enrichir très rapidement les descendants de Riquet. Le blé, le vin et l'alcool peuvent être exportés du Lauragais vers Toulouse, Bordeaux et Marseille. Le canal a pour effet d'élargir la zone de vente des producteurs du Languedoc. Dans les années 1730-1740, ce commerce est prospère et les structures agricoles s'améliorent fortement »*[8]

FIGURE 3 : CANAL DU MIDI



SOURCE : CANALMIDI.COM

Puis une autre ère arrive, et avec elle les avancées techniques et technologiques. Voulant commercialiser toujours plus et toujours plus vite, le trafic maritime va s'essouffler peu à peu et laisser place au réseau ferroviaire qui va rapidement se démocratiser à la même époque que le vin.

La corrélation entre développement du trafic ferroviaire et développement du vignoble est visible sur une carte du site « Persee ». Cette carte est dessinée comme si les lignes ferroviaires suivaient les vignobles. Ce document se trouve en annexe 1 page 107.

Selon un article de Caralp[9] pour la « revue géographique de Lyon », les lignes ferroviaires assuraient un déplacement bon marché, de grande capacité et permettaient de « valoriser le

7 Les pinardiers de l'antiquité, petite histoire du vin. In : [en ligne]. [Consulté le 9 janvier 2016 d]. Disponible à l'adresse : http://www.cabotages.fr/les-pinardiers-de-l-antiquite.html.

8 2015. Canal du Midi [en ligne]. S.l. : s.n. [Consulté le 9 janvier 2016]. Disponible à l'adresse : https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Canal_du_Midi&oldid=119785003.

9 CARALP, Raymonde, 1951. Le transport ferroviaire des vins du Languedoc vers Paris. In : Revue de géographie de Lyon. 1951. Vol. 26, n° 3, p. 273-295. DOI 10.3406/geoca.1951.2693.

vin » du sud en le faisant connaître et le rendant accessible dans toute la France. Toujours selon Caralp[8], «s'assurer le transport des vins du Languedoc équivaut à s'assurer de gros bénéfices ». Dans un but de profit, les compagnies ferroviaires vont s'arracher le transport du vin. De son côté, le vignoble grandit vite : « 380 000 hectares cultivées en 1868 pour les quatre départements (Gard, Hérault, Aude, Pyrénées Orientales) ». Le tableau ci-dessous rend compte de la corrélation entre vin et rails, en direction de Paris, avant cela, les consommations dépendaient du lieu d'habitation (Chiffres de Nourrisson, 2013 p.116).

TABLEAU N°1 : CORRÉLATION ENTRE DÉVELOPPEMENT DU VIGNOBLE ET DÉVELOPPEMENT FERROVIAIRE

	1840	1850	1872	1900
CONSOMMATION DE VIN À PARIS	86 000 HL	/	3 901 000 HL	5 000 000 HL
KM DE RAILS	3 000 KM	/	/	30000 KM

SOURCE : DIDIER NOURRISSON, CRU ET CUITES, HISTOIRE DU BUVEUR

Nous voyons également que le plus gros enjeu était d'amener le vin au point de consommation le plus lointain mais aussi le plus intéressant économiquement parlant : Paris. Depuis des siècles, la population parisienne « plus évoluée » a davantage l'habitude de boire, et ce, dans toutes les couches de la société. Dès le XVIème siècle, les tavernes et les cabarets ouvrent leurs portes au public. Le concept plaît et de nombreux points de ventes se créent à tel point qu'en 1750 on dénombre 1 cabaret pour 175 Parisiens (Nourrisson, 2013, p.85). Cet engouement du vin chez les Parisiens est peut être également lié à la vinothérapie, qui apparait à la même époque que l'expansion du vin, vers 1930. Pasteur lui-même décrit le vin comme étant « la plus saine et la plus hygiénique des boissons » Les viticulteurs cherchent donc à envoyer leurs vins à Paris, car ils sont sûrs que leur production sera vendue.

Après cette étude, nous pouvons voir que dans un laps de temps assez court, le vin s'est énormément développé dans toute la France mais aussi dans le monde. Les premières exportations remontent à 1750 vers l'Angleterre. Vecteur du développement économique du XIXème siècle, déclencheur d'innovations, le vin est un marché qui rapporte et cela est perceptible.

1.2.3 L'impact du vin dans l'économie française en 2014

De nos jours, en termes d'économie, le vin est encore un marché important. Voici quelques chiffres de 2014, issus du site web « Vin et Société[10] » et « La revue du vin de France »[11] qui en rendent compte.

La valeur des exportations de vin est estimée à 7,4 milliards d'euro, soit 143 millions de caisses de 12 bouteilles, soit 1,7 milliard de bouteilles exportées vers plus de 200 pays. Cela en fait le 1er pays exportateur de vin au monde. Pour ce qui est des consommations, 9 bouteilles de vin sur 10 consommées en France sont françaises et chaque jour en France, il se consomme 1 verre de vin par habitant : Le vin est la boisson la plus consommée en France avec 47,8L par an et par habitant.

Les vins et spiritueux en France sont le 1er secteur agroalimentaire excédentaire et le 3e secteur d'exportation excédentaire. La France arrive encore à développer ses productions sur le monde entier avec un impact économique conséquent. En termes de tourisme, la France accueille 10 millions d'oenotouristes chaque année, dont 39% sont d'origines étrangères. Ce pourcentage de touristes étrangers prouve que dans l'imaginaire collectif, le vin est associé à la France et à la gastronomie française. Cela prouve la portée internationale du vin, l'oenotourime est une reconnaissance.

De plus, nous pouvons également constater la profusion de salons et foires autour du vin, les routes du vin ou encore les sites internet, blogs ou box spécialisées dans le vin. De nombreuses start-up essaient de diversifier le vin, en le rendant attractif pour les jeunes. Nous prendrons par exemple le cas de 10-vins[11], cette start-up française qui a beaucoup fait parler d'elle en fin d'année 2015 en lançant une machine nommée D-vine, primée lors du concours Start West 2014. Voici une présentation de cette machine, extraite du site web : « D-Vine est la première machine de dégustation de vin au verre qui aère et met à température le vin de vos flacons 10-Vins. Vivez l'expérience du sommelier connecté… » Le vin se met au goût du jour,

[10] FOURGEAU Joël. 2015. Éclairer. In : Vin et société [en ligne]. [Consulté le 6 janvier 2016 c]. Disponible à l'adresse : https://www.vinetsociete.fr/eclairer.

[11] Rédaction-2015. Le vin en quelques chiffres clés. In : La Revue du vin de France [en ligne]. [Consulté le 11 mars 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.larvf.com/,vins-chiffre-cles-filiere-vins-economie-societe-consommation-la-revue-du-vin-de-france,4362104.asp.

[11] http://www.10-vins.com/

et s'adapte aux nouvelles technologies. Nous développerons cela plus spécialement au chapitre 3 de cette partie, lors du point concernant les producteurs, et leurs tentatives de modernisation de produits page 34.

Après cette étude, le pouvoir économique du vin n'est plus à prouver. Le vin est apprécié des Français mais aussi à l'international. La portée économique du vin est encore très importante et la France reste dans les têtes de listes en termes de production et de consommation. Ce n'est plus un secret, le vin français plaît, son terroir aussi. Il faut cependant ouvrir cette partie en précisant que la France n'est plus le seul pays à produire du vin. Effectivement, nous constatons que de nouveaux pays se sont mis à apprécier et à produire du vin, souvent peu cher, comme par exemple l'Australie ou le Chili. La France doit donc rester sur ses gardes face à la concurrence.

Chapitre 2 : Les consommations de vin ; entre imaginaire et social

Après avoir étudié le vin comme boisson nationale, profondément ancrée dans l'histoire et la culture de notre pays, nous allons étudier le vin au sein de nos relations sociales. Dans un premier temps, nous verrons le côté personnel de la consommation avec le principe d'incorporation. Puis, petit à petit, nous nous approcherons du collectif en étudiant la symbolique du vin, qui oscille entre l'individuel et le collectif. Enfin, nous verrons que le vin est une boisson qui permet de se sociabiliser tout au long de la vie, grâce au rite de passage ou au savoir boire, qui sont essentiels à une consommation de vin socialement acceptée.

1. Le principe d'incorporation

Commençons par une définition ; selon Claude Fischler « Incorporer un aliment, c'est sur un plan réel comme sur un plan imaginaire, incorporer tout ou partie de ses propriétés : nous devenons ce que nous mangeons. L'incorporation fonde l'identité » (Fischler, 1990, p. 66) Tout ce que nous mangeons contribue ainsi à nous construire et à nous transformer de l'intérieur. Cette définition peut paraître de prime abord assez forte, mais nous allons voir que le fait d'incorporer du vin nous construit bel et bien et nous transforme. Grâce au vin, les buveurs vont créer leur identité française et marquer « leur appartenance à une culture ou un groupe quelconque, par l'affirmation de leur spécificité alimentaire ». (Fischler, 1990, p. 68) Via l'incorporation, le buveur met sa santé en jeu, mais aussi « sa place dans l'univers, son essence et sa nature, en un mot son identité même ». (Fischler, 1990, p. 69) Le buveur français ne boira pas n'importe quoi, car avant d'incorporer un aliment, il devra le connaître, le reconnaître et lui associer des connotations positives. De ce fait, certaines boissons, notamment le Coca-Cola a eu énormément de mal à s'installer en France. Les Français craignaient son incorporation, car « si je ne sais pas ce que je mange, je ne sais pas ce que je deviens ». L'individu a peur d'incorporer « le mauvais objet » (Fischler, 1990, p. 69). Contrairement aux sodas, le vin rassure car le buveur peut s'y identifier ; le vin fait référence à du réel, du concret : le terroir. Le consommateur peut simplement recréer dans son imaginaire des liens avec un domaine, une vigne, ou un souvenir marquant, comme la première fois où il a bu du vin.

Pour en revenir à Coca-Cola, Didier Nourrisson (2013, p.265) nous explique que le « comité national des vins et spiritueux » s'opposa à l'arrivée de l'industrie du soda en France en 1950, pour plusieurs raisons :

- la « résistance à l'Américanisation » ;
- la peur de la « nocivité de la boisson », donc un problème d'incorporation ;
- la peur de pertes « économiques»[12], face à un nouveau concurrent.

N'arrivant pas à trouver d'accord et devant la dégradation des relations franco-américaine, c'est le parlement qui a du décider de l'implantation de l'industrie coca en France.

Selon Jean-Robert Pitte, le vin est présenté avec de nombreuses précisions, tels que le nom du propriétaire, le lieu de fabrication, le type de sol, le millésime ou encore le type de vin (2013, p.46). Ces précisions ne sont pas aussi explicites sur les boissons issues des industries agroalimentaires, nous pouvons ici rappeler à quel point la recette secrète du Coca Cola fait parler d'elle et intrigue le consommateur. Bien que le vin présente des sulfites et autres pesticides, celui-ci faciliterait l'incorporation, alors que le soda reste étranger à l'humain. De plus, le vin est reconnu par des distinctions, des labels, des titres qui vont permettre de rassurer encore le consommateur. Grâce à ce tableau, créé avec des données de Jean-Robert Pitte, nous pourrons réellement comprendre comment le vin facilite l'incorporation (2013, p.47).

TABLEAU N°2 : COMPARAISON ENTRE VIN ET SODA

VIN	SODA
➢ PRODUIT VÉGÉTAL, NATUREL, CRU QUI FAIT RÉFÉRENCE À LA VIE	➢ PRODUIT CUIT, ARTIFICIEL, C'EST DONC UN PRODUIT MORT
➢ LE VIN FAIT RÉFÉRENCE À DES MILIEUX, DES SOLS, UNE PRÉSENCE HUMAINE, IL FAIT APPEL AU VOYAGE	➢ AUCUNE RÉFÉRENCE AU MILIEU, NI MÊME À LA FABRICATION
➢ LE VIN SE DÉGUSTE	➢ LE SODA SE BOIT
➢ LIEN SYMBOLIQUE FORT AVEC L'EAU, LA TERRE	➢ AUCUN LIEN SYMBOLIQUE

SOURCE : JEAN-ROBERT PITTE, CRU ET CUITES : HISTOIRE DU BUVEUR (2013, P.47)

Danielle Cornot nous fait également part de la réticence des femmes aux boissons industrielles. « Les femmes interrogées estiment que le vin est une boisson plus naturelle que les « boissons étrangères », les sodas et les pré-mix (…) le vin est associé à la terre et au terroir » (2012, p. 1424).

Pour conclure cette première approche, le vin est facilement incorporé en France. Nous allons voir dans le point suivant que l'incorporation est réellement liée à notre imaginaire et notamment, à la symbolique que le buveur s'en fait.

[12] – KUISEL Richard, 2000, L'Empire Américain , collections n°7 page 50 [en ligne] Disponible à l'adresse : http://www.histoire.presse.fr/collections/l-empire-americain/coca-cola-au-pays-des-buveurs-de-vin-03-02-2000-9564

2. La symbolique, une création de l'imaginaire

Après avoir étudié le vin, son impact tangible, ainsi que son incorporation, nous allons voir que la proximité du Français avec le vin va créer tout un univers symbolique qui est propre au pays. Compte tenu de la présence du vin sur le territoire et de l'intérêt porté par les Français à son égard, nous pouvons imaginer dès à présent que l'univers symbolique sera très fort. Dans cette partie, nous allons commencer par expliquer comment se forme un symbole dans l'esprit humain. Nous verrons ensuite à quels symboles le vin fait référence généralement. Puis, nous comparerons ces résultats avec les représentations des jeunes en France.

Grâce à l'article de Valentina Grassi, disponible en annexe 2, nous pouvons expliquer comment se forme la symbolique dans notre imaginaire. Pour commencer, notre imaginaire a deux fonctions, celle de conserver en mémoire des informations et celle d'imaginer des choses en lien avec le vécu, affect et émotions. C'est la fonction imaginaire qui créera les symboles, en mêlant nos actions passées avec notre imaginaire futur. L'imaginaire crée donc des symboles, qui sont des réactions à des images extérieures à l'individu ou à des images créées par son imagination, en lien avec l'affect. Ces symboles combinés à l'affect vont « guider nos conduites sociales ». Valentina Grassi explique ce phénomène :

> *« Cela veut dire que soit les images extérieures, représentés à travers le processus de la perception, soit les images crées par le cerveau, issues de l'imagination, peuvent produire des réactions affectives et émotionnelles dans le sujet. L'image donc peut avoir une charge ce type : c'est pourquoi il y a des images qu'on peut reconduire au domaine du symbole, c'est à dire un élément qui met en jeu la dimension émotionnelle du sujet. » (Grassi, 2005)*

Toujours selon Valentina Grassi, nous pouvons à présent constater les composantes d'un symbole ; cela serait le « point de rencontre » entre une image et un signe, auquel il faut ajouter l'aspect émotionnel. Nous allons expliquer ces différentes composantes :

- Une image renvoie à « tout ce qui imite, re-produit quelque chose » (Grassi, 2005) intérieur ou extérieur à l'homme. Ces images sont « reproduites dans le cerveau humain » » (Grassi, 2005) afin de créer une représentation mentale.
- Le signe est quant à lui une image qui représente un concept, sans qu'il y ait de lien entre les deux.

Nous pouvons aussi rajouter que la notion de symbolique « est tout à fait liée à celle d'archétype » (Grassi, 2005) qui est « une structure universelle issue de l'inconscient collectif qui apparaît dans les mythes, les contes et toutes les productions imaginaires du sujet sain, névrosé ou psychotique » (C. G Jung 1953). Il y aurait donc un lien très important entre individuel et collectif et pour preuve, « l'imaginaire individuel a besoin d'un ancrage dans l'imaginaire collectif » où se trouvent les « divers imaginaires individuels » (Grassi, 2005). Dans

le tableau ci-dessous, nous constatons qu'effectivement, l'imaginaire individuel est ancré dans le collectif.

TABLEAU N°3 : IMAGINAIRE INDIVIDUEL ET COLLECTIF

IMAGINAIRE INDIVIDUEL	IMAGINAIRE COLLECTIF
COMPOSÉ DES : ➢ DÉSIRS ➢ CRAINTES ➢ IMAGINAIRE, AFFECTÉ PAR L'ÉMOTION	C'EST LE « BASSIN COLLECTEUR » DANS LEQUEL « NAGENT LES DIVERS IMAGINAIRES INDIVIDUELS »

SOURCE : VALENTINA GRASSI

En résumé, nous allons rapporter ces explications à notre objet, c'est-à-dire au vin. Nous pouvons dorénavant expliquer que la symbolique du vin sera un mélange entre une représentation mentale, née de la proximité avec l'objet, (nous avons vu précédemment le poids du vin en France) et un concept (par exemple le vin, signe de bon moment) auquel il faut ajouter l'affectif. Pour cet exemple, le symbole serait la convivialité. De plus, nous comprenons que le processus qui va permettre de créer la symbolique prend du temps et qu'il va mobiliser de nombreuses images d'abord individuelles, puis partagées par le collectif.

3. La symbolique du vin en France

3.1 Perceptions et considérations des Français

Après avoir compris comment se forme la symbolique dans notre imaginaire, nous allons à présent voir quelles sont les représentations associées au vin. Nous avons vu dans le chapitre précédent la forte symbolique entre vin et religion. Nous étudierons ici d'autres aspects symboliques. Dans un second temps, nous ferons un focus sur les jeunes afin d'effectuer une comparaison.

- Le vin et la vie

Le vin incarne la vie, et ce pour plusieurs raisons. Premièrement grâce à la vigne, qui est « associée à la renaissance de la vie après la mort » car elle ressuscite chaque printemps (Pitte, 2013, p.12). Cette association est également faite grâce aux levures, qui donnent l'impression que le vin « vit ». Avant Pasteur, le vin était considéré comme « mystérieux » car on ne connaissait pas le principe de la fermentation (Pitte, 2013 p.13). Ce symbole de vie revient aussi grâce à la religion et « au sang » qui « symbolise souvent la vie et l'immortalité » (Gaussot, 2004, p.18). Jadis, le vin était donc symbole « d'immortalité ». Effectivement, à l'époque, « l'art funéraire se multipliait sur les tombes » avec des gravures de vignes (Chevalier,

Gheerbrant, 1982, p.1017). Cela montre cette liaison très forte avec le vin, et le désir de l'amener avec soi, jusque dans l'au-delà.

- Le vin et l'identité française

C'est indéniable, le vin fait référence à la France, à sa culture et à son terroir. Beaucoup d'auteurs associent le vin à la nation française, en le qualifiant de « Boisson totem ». (Barthes, 1970, p.83) Le vin serait « senti par la nation française comme un bien qui lui est propre » (Barthes, 1970, p.83). De plus, boire du vin « renforce le sentiment d'être français et d'appartenir à une communauté régionale et nationale, à un terroir, à une civilisation » (Cornot, 2012, p.1423). Claude Fischler lui aussi explique que l'incorporation est « fondatrice de l'identité collective » (Fischler, 1990 p.68). Boire du vin, c'est donc incorporer son identité française.

- Vin et plaisir

Le plaisir et la convivialité font forcément référence au vin. Effectivement, le vin se consomme lors de « grandes occasions », « repas festifs » (Cornot, 2012, p.1423). La convivialité et le plaisir de table peuvent également être la justification, voire même la déculpabilisation de la consommation, afin d'être socialement accepté « je ne bois que pour la convivialité » (Cornot, 2012, p.1422).

Voici les symboles les plus marquants, ceux qui reviennent le plus souvent dans les lectures, en plus de ceux en lien avec la religion étudiée précédemment. Notons aussi qu'aujourd'hui, cette symbolique religieuse n'est plus abordée lorsqu'on interroge les Français. Effectivement, nous sommes dans un contexte où la religion catholique est moins présente et moins créatrice de normes et de mœurs. Nous pourrions bien-sûr citer d'autres symboles car « le vin est riche de sens », il est « le vin symbole d'intégration, de sociabilité, de convivialité, symbole de paix, de pacification, de fraternité » (Gaussot, 2004, p.18). Le vin est aussi le « symbole du lien social », thème que nous aborderons par la suite (Gaussot, 2004, p.20).

3.2 Perceptions et considérations des jeunes

Dans cette partie, nous allons nous concentrer sur les perceptions des jeunes Français envers le vin. Le but est de mettre ces résultats en contraste avec ceux de la partie précédente afin de voir les ressemblances et divergences de génération. Nos entretiens exploratoires nous permettront aussi de voir si les jeunes Français sont différents de ceux de Toulouse. Cependant, ce dernier point ne sera qu'une approche car nous ne réaliserons que 4 entretiens, ce qui ne nous permet pas d'étudier une population, la marge d'erreur étant beaucoup trop élevée.

Les divergences

- Luxe et bon goût

Premièrement, les jeunes associeraient le vin à un « produit de luxe »[13]. Cela peut paraître surprenant car le vin, sauf si nous parlons de Grands Crus, peut être un produit tout à fait abordable.

Ceci dit, le vin est aujourd'hui « esthétisé », nous pouvons constater comme il est important de bien faire lorsqu'on parle de vin et lorsqu'on boit du vin. « Le Français, qui lit et se déplace davantage, acquiert une nouvelle culture de boire bon. Revues et cours d'œnologie, visites des terroirs et des multiples musées de la vigne, vacances en milieu rural, le buveur s'est mué en amateur ; il prend le « goût du vin » (Nourrisson, 2013, p.319). Le chapitre 3 concernant le savoir-boire (page 27), rendra compte de l'existence de tout un processus afin de boire du vin. Cela n'existait pas auparavant, le vin est passé d'une boisson pour ouvrier à une boisson de distinction.

> *« Le bec-fin vient à la société en ce début de XXIème siècle. Le paysan est mort ; l'ouvrier s'étiole ; l'employé lui-même annonce sa disparition. Tout le monde appartient aux classes moyennes : cadres, cadres moyens, techniciens, fonctionnaires, titulaires, ingénieurs, professions libérales. Les classes moyennes ne désignaient jusqu'alors qu'un conglomérat très hétérogène et minoritaire, à côté des traditionnelles classes- Bourgeoise, ouvrière, paysannes. Voilà qu'elles deviennent majorité, économique, politique, et surtout culturelle. Cette société là forme une classe de loisir (vacances, voyages d'agrément) et de consommation. Sur le plan du boire après le franc licheur voici le temps du bon connaisseur. »*
> *(Nourrisson, 2013, p. 314)*

[13] PETIT. Agathe, 2014. Le vin et les jeunes : un lien complexe - La Revue du vin de France. In : [en ligne]. [Consulté le 3 février 2016 g]. Disponible à l'adresse : http://www.larvf.com/,consommation-vin-jeunes-diminution,10341,4023469.asp.

Boire du vin fait donc partie du bon goût. Nous pouvons ici faire référence à Pierre Bourdieu, qui expliquait que «la classe dominante cherche à maintenir sa position par une stratégie de distinction, en définissant et en imposant, pour le reste de la société, le « bon goût » (Bourdieu, 1979). Nous savons aussi que « pratiques alimentaires et prestige social sont étroitement liés » (Gojard, Lhuissier, Régnier, 2006, p. 45). De ce fait, « la gastronomie devient une façon de se distinguer, et la table, un terrain de compétition sociale » (Gojard, Lhuissier, Régnier, 2006, p. 46). Les classes moyennes vont donc essayer de reproduire ce modèle là, car « la diffusion des goûts s'effectue souvent « en cascade », c'est-à-dire du haut vers le bas de la société » (Gojard, Lhuissier, Régnier, 2006, p. 47) d'où tous les clubs de dégustation, les manières, le savoir boire dans un but de sophistication, afin de ressembler, à un modèle convoité.

- Apprentissage et contrôle de soi

Le vin représente également l'apprentissage, avec « la modération et le contrôle du soi »[14]. Le vin est donc « le symbole du lien avec la famille, au berceau familial »[15]. Cette nouveauté du lien avec le contrôle de soi, peut s'expliquer par un changement dans la société. Aujourd'hui, le vin et plus généralement l'alcool sont diabolisés et les campagnes anti-alcool sont nombreuses. Le vin garde une connotation positive car il fait office d'un apprentissage, notamment en France où l'usage de vin est ritualisé : « on ne boit pas seul (en France), ni avec n'importe qui, on ne boit pas n'importe quoi, ni dans n'importe quoi, n'importe où, ni n'importe quand » (Gaussot, 2004, p.25). Nous verrons également plus tard que le savoir-boire est « une compétence » que l'homme civilisé doit maîtriser (Gaussot, 2004, p.84).

Les ressemblances

- Convivialité et plaisir

Se retrouver autour d'un verre de vin est encore valorisé avec « une mise en avant » de « l'aspect convivial ». [12] L'aspect plaisir revient aussi, selon Céline Simonnet-Toussaint (2005) « l'image du vin, chez les jeunes, semble largement être associée au plaisir ». En termes

[14] Hallaire, Lecoin. Juliette et Anouk 2007. Les jeunes et le monde du vin — Géoconfluences. In : [en ligne]. [Consulté le 29 janvier 2016 e]. Disponible à l'adresse : http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/vin/VinScient8.htm.

[15]DELMAS, Emmanuel, [sans date]. Emmanuel Delmas, Sommelier & Consultant en vins, Paris. In : Emmanuel Delmas, Sommelier & Consultant en vins, Paris [en ligne]. [Consulté le 1 mars 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.sommelier-vins.com/article-le-vin-et-les-jeunes-6-7-comment-consomment-ils-le-vin-43138469.html.

d'identité, selon la *Revue de vin Française*[12], nous pourrions nous attendre, dans un contexte social de mondialisation, à ce que les jeunes ne fassent pas de rapprochement avec leur identité, car « la place de l'identité nationale dans l'imaginaire collectif chez les jeunes tend à devenir de plus en plus distante, voire même insignifiante ». Pourtant, les jeunes associent toujours le vin à la « tradition française ». Selon Emmanuel Delmas, ces représentations seraient même « fortement valorisées puisque les jeunes adultes l'associent à la gastronomie française : la boisson traditionnelle française par excellence »[14]. Le vin a donc des connotations tant positives, « fêtes », « plaisir » que négatives, « accidents », qui dépendent du niveau de connaissance (Simonnet-Toussaint, 2005). C'est-à-dire que plus le sujet est proche de l'objet, plus l'image qu'il s'en fera sera bonne (Lo Monaco, Guimelli 2008).

> *« On constate combien l'appartenance culturelle à une région viticole par opposition à non-viticole se révèle, ici, primordiale. Comme l'a souligné Abric (1994, p. 230), les facteurs culturels, liés à l'histoire du groupe et à sa mémoire collective, semblent fortement marquer de leur sceau les représentations. De plus, les prises de position des jeunes varient avec la diversité de leurs pratiques de consommation ; autrement dit, plus les jeunes consomment du vin et de l'alcool en général, plus ils ont une image du vin valorisée, liée à la convivialité et au plaisir. » (Simmonet Toussaint 2005)*

Il y a donc une corrélation entre variable de consommation et représentation de l'objet, qui dépendent du lieu de vie et du niveau de connaissance ou d'expertise.

Pour conclure cette partie, nous allons reprendre l'article proposé par *Géoconfluences*. L'article avance que « la consommation de vin chez les jeunes âgées de 15 à 25 ans présente la particularité d'être intimement liée aux représentations que ses derniers s'en font ». Les jeunes considèrent bien le vin, ils devraient donc en boire, puisque bien penser un aliment ou une boisson facilite l'incorporation. Il en est de même pour les jeunes Toulousains proches du vin par leur lieu de vie.

Pourtant, l'article nous dit par la suite que « le vin est quasi absent du monde des jeunes » sauf pour les 20-25 ans, qui « partageraient plus facilement autour d'un verre de vin ». La consommation de vin chez les jeunes est le thème que nous allons aborder dans la partie suivante, afin de comprendre leurs modes de consommation.

Chapitre 3 : Contexte et enjeux

1. De la socialisation à la consommation

1.1 Savoir boire et consommations des jeunes

L'alcool est qualifié par Claude Fischler de « Social lubricant » (1990, p.84), autrement dit de lubrifiant social, ce qui veut dire que l'alcool aide à l'intégration de l'individu dans un groupe social. Cependant, il semblerait que les jeunes aient des consommations d'alcool assez paradoxales et abusent un peu de cet effet intégrateur, vers un effet désintégrateur et stigmatisant. De même, leurs consommations seraient différentes selon qu'ils boivent du vin ou un autre alcool.

Durant nos lectures, nous avons constaté une vision des jeunes généralement négative. Cela est dû à certaines pratiques, comme par exemple le ***Binge Drinking,*** pratique qui, selon le site « alcobinge »[16] consisterait en la « consommation massive et rapide d'alcool. » Selon d'autres ouvrages, les jeunes seraient « en recherche de sensations, défonce, extrême, (Baudry, 1991) risque (Le Breton, 1991) (Corbeau, 1997, p. 264). Ces pratiques ne sont pas socialement acceptées et valorisées par les adultes. Néanmoins, les jeunes eux-mêmes valorisent ces pratiques qui renforcent l'identité d'appartenance à leur groupe social. Cependant, pour le vin, le savoir boire semblerait être beaucoup plus prédominant chez les jeunes. Le savoir boire est un « modèle culturel…qui sert à réguler la consommation » (Gaussot, 2004, p. 86). « Le savoir boire indique tout d'abord que l'acte de boire est un acte de culture et non un acte de nature » « le boire est inscrit dans un ensemble de rituels, de codes, de règles, de procédures » (Gaussot, 2004, p. 86). Autrement dit, le vin est un produit culturel, et la façon de le boire est également guidée par un savoir boire, des rites, des codes, eux aussi culturels. Effectivement, il y a tout un rituel en France, qui est applicable uniquement au service et à la dégustation du vin, dont voici les étapes[17] :

- examen visuel ;
- premier nez ;
- aérer le vin ;
- second nez ;
- dégustation.

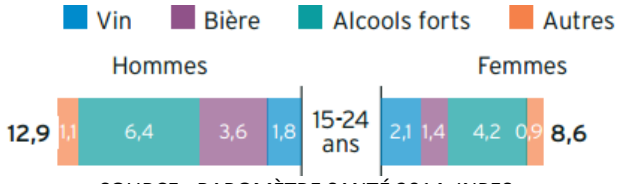
Ce rituel est enseigné dans différentes institutions, comme par exemple l'école hôtelière, avec un « allant de soi » qui montre bien que le vin est un produit culturel français institutionnalisé

[16] http://alcobinge.crihan.fr/index.php?info=binge
[17] http://apprendre.vitiplace.com/deguster/degustation-vin.php

différent de tout autre alcool. D'ailleurs, si l'on regarde le tableau page 20, le vin ne se boit pas mais se déguste.

En lisant les lignes qui vont suivre, nous comprendrons que les jeunes ne suivent peut-être pas exactement les différentes phases du rituel des consommations cité ci-dessus, mais qu'ils gardent envers le vin un savoir boire particulier. L'article d'Agathe Petit, reprenant l'étude réalisé par Thierry Lorey et Pascal Poutet nous apprend qu'en termes de vin, les jeunes consommeraient moins, mais mieux avec une augmentation des consommations avec l'âge, dans la tranche 18-25 ans. Nous comprenons donc ici que le savoir boire en termes de vin arrive plus tard. De plus, l'assimilation du vin au luxe ressort aussi dans cet article. Cet élément devient récurrent dans nos lectures, et va sûrement permettre d'expliquer pourquoi les jeunes respectent ce produit, et en quoi celui-ci arrive plus tardivement dans les consommations. Si l'on regarde la figure ci-dessous, nous constatons que lors d'ivresses chez les jeunes, le vin n'arrive pas en tête des consommations. Les jeunes auraient-ils une réel savoir boire envers le vin ?

FIGURE N°4 : NOMBRE MOYEN DE VERRES BUS LORS DE LA DERNIÈRE IVRESSE, SELON L'ÂGE ET LE SEXE



SOURCE : BAROMÈTRE SANTÉ 2014, INPES

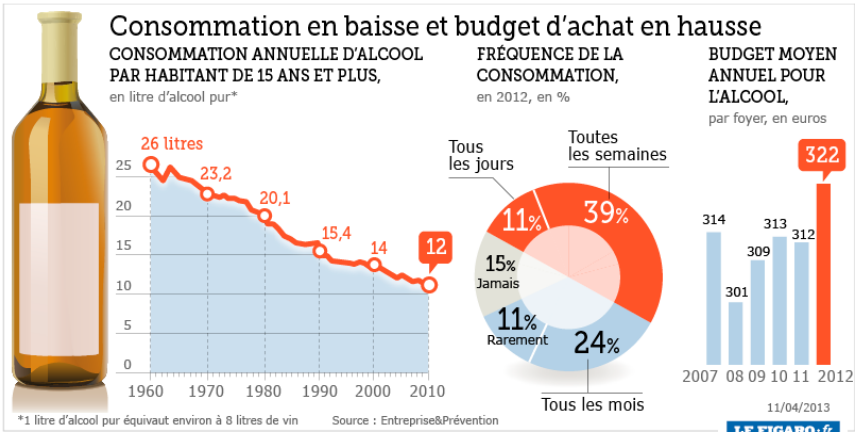
Selon le baromètre de l'association Entreprise & Prévention 2014, « 11% des personnes de plus 15 ans boivent de l'alcool quotidiennement » et seulement « 1% des 18-25 ans entretiennent cette habitude » avec le vin.[18] Le vin n'est plus un produit que les jeunes consomment quotidiennement, Didier Nourrisson qualifie la consommation de vin des 18-30 ans « d'exceptionnelle ». (2013, p.318) Les jeunes consomment donc moins de vin que leurs aînés.

En plus d'une baisse globale des consommations, nous remarquons qu'il y a eu un changement en termes de type de vin consommé. Avant, les anciennes générations buvaient un vin qualifié de « vin aliment ». Vers la fin des années 90, la tendance se serait inversée, vers un « vin plaisir », d'où le « moins mais mieux ». (Corbeau, 1997, p. 256). De ce fait, le panier annuel moyen a diminué en quantité, « passant de 80 litres en 2007 à 74 litres en 2013 ».

Cependant, la valeur de ce panier a augmenté sur la même période de « 24,7€ », il représente aujourd'hui «325,7€ »[18] Les Français boivent du vin de meilleure qualité.

Sur cette figure du *Figaro*, nous constatons la baisse des consommations et l'augmentation du budget, avec des consommations annuelles d'alcool qui diminuent de 14 litres par an en 50 ans. La fréquence de consommations tend à passer du journalier à l'hebdomadaire voire au mensuel. Le budget lui augmente.

FIGURE N° 5: CONSOMMATION EN BAISSE ET BUDGET D'ACHAT EN HAUSSE



SOURCE : LE FIGARO

Pour terminer sur le « moins mais mieux » voici un tableau comparant l'évolution des consommations. Grâce à celui-ci, nous constatons que les consommations globales de vins ont clairement chuté mais que les consommations globales d'AOC ont augmenté, paradoxalement.

TABLEAU N°4 : CONSOMMATIONS DE VIN (LITRES PAR HABITANTS)

	1960	1970	1980	1990	2001	2015
CONSOMMATION GLOBALE DE VIN	174,3	143	122,9	91,3	78,9	47,8
CONSOMMATION D'AOC	16,9	19,2	23,2	33,8	37,4	23,9

SOURCE : DIDIER NOURRISSON, CRU ET CUITES P. 321

Enfin, selon un article de « Direct Matin » reprenant des chiffres publiés sur « SOWINE SSI/2015 », les jeunes de « 18 à 24 ans sont les plus touche à tout, appréciant presque autant la

[18] Idealwine, 2014. France : La consommation d'alcool n'a jamais été aussi faible. In : *Le blog d'iDealwine sur l'actualité du vin* [en ligne]. 15 avril 2014. [Consulté le 24 février 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.idealwine.net/2014/04/15/france-consommation-dalcool-na-jamais-ete-faible/.

bière (24 %) que le vin (23 %)… ». [19] Les jeunes boivent du vin de bonne qualité ainsi que d'autres alcools en tout genre. Vu la profusion du marché, tous alcools confondus, il est normal que les jeunes soient curieux, notamment lors de la découverte de l'alcool.

Pour résumer, il y aurait donc un changement intergénérationnel qui expliquerait ce stéréotype du jeune face à ses consommations. Le jeune n'est donc pas un « ivrogne », il a juste des tendances de consommations différentes de ses aînés. Dans un contexte de mondialisation et de profusion alimentaire, il est normal que les jeunes soient curieux et « touche à tout ». Cela ne veut pas dire qu'ils abandonnent leur identité française vers la débauche. Les consommations de vin arriveraient juste plus tard dans la vie des jeunes buveurs, reste à savoir quand et comment cela se produit. Pour cela, nous pensons que ses changements sont liés à des rites de passage, phénomènes que nous allons expliquer dans la partie suivante.

1.2 Le rite de passage

Nous allons voir que le savoir-boire pourrait être amené via des rites de passage qui ont toute leur importante dans la vie d'un individu. Afin d'expliquer ce qu'est un rite de passage et en quoi cela peut influencer les consommations d'alcool, nous nous appuierons sur les travaux de Arnold Van Gennep.

Dans son ouvrage « Les rites de passage », Arnold Van Gennep nous explique que durant sa vie, l'individu va passer d'âge en âge, et que pour chaque âge, il y aura une occupation différente. Durant sa vie, l'individu passerait donc « d'une société spéciale à une autre et d'une situation sociale à une autre ». Durant ses passages, l'individu aurait lui-même changé « puisqu'il a derrière lui plusieurs étapes et qu'il a franchi plusieurs frontières » (Gennep, 1909, p.13). Ce que nous comprenons là, c'est que le rite de passage sera sensiblement commun à chaque groupe d'individus, et que celui-ci ne peut y échapper. Les consommations d'alcool iraient donc dans le même sens, pour chaque individu ? Cela reste un raisonnement très déterministe, et nous voyons bien que dans une société chacun à des goûts différents. Alors certes, le ***Binge drinking*** existe, mais est-ce une pratique si répandue ? Cette pratique n'est peux être pas si récente que ça, l'alcoolisation excessive a toujours existé, « mais le comportement des jeunes face à l'alcool a clairement changé cette dernière décennie. Aujourd'hui, la première ivresse survient en moyenne à l'âge de 15 ans ».[20] Ce qui dérange est

[19] DIRECTMATIN, [sans date]. Quels sont les alcools préférés des Français ? | www.directmatin.fr. In : [en ligne]. [Consulté le 1 mars 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.directmatin.fr/france/2015-12-04/quels-sont-les-alcools-preferes-des-francais-717372.

[20] Binge-drinking : des jeunes bien informés? In : *ladepeche.fr* [en ligne]. [Consulté le 1 mars 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.ladepeche.fr/article/2014/10/17/1974216-binge-drinking-des-jeunes-bien-informes.html.

surtout le fait que les premières ivresses surviennent chez les adolescents voire préadolescents. Le vin arriverait plus tard dans la vie des jeunes.

> *« Le vin marque souvent les grands passages, les grands (et les petits) événements biographiques…puis, plus tardivement, avec l'initiation à la « vie adulte », l'initiation gustative aux saveurs, aux arômes, à la connaissance du vin, l'éducation au goût ; l'âge de la raison qui oblige à boire « raisonnablement » à se montrer responsable. » (Gaussot, 2004, p.23)*

Ludovic Gaussot lui aussi parle des consommations des jeunes globalement, collectivement, sans laisser place aux désirs de chaque individu. La consommation de vin serait donc socialement inscrite, et les jeunes y arriveraient par paliers, via différents passages ? Reste à voir si cela est vrai pour le vin et quels sont ces passages, à quoi sont-ils liés, à quel âge se produisent-ils, et ce que les jeunes boivent, à chaque étape.

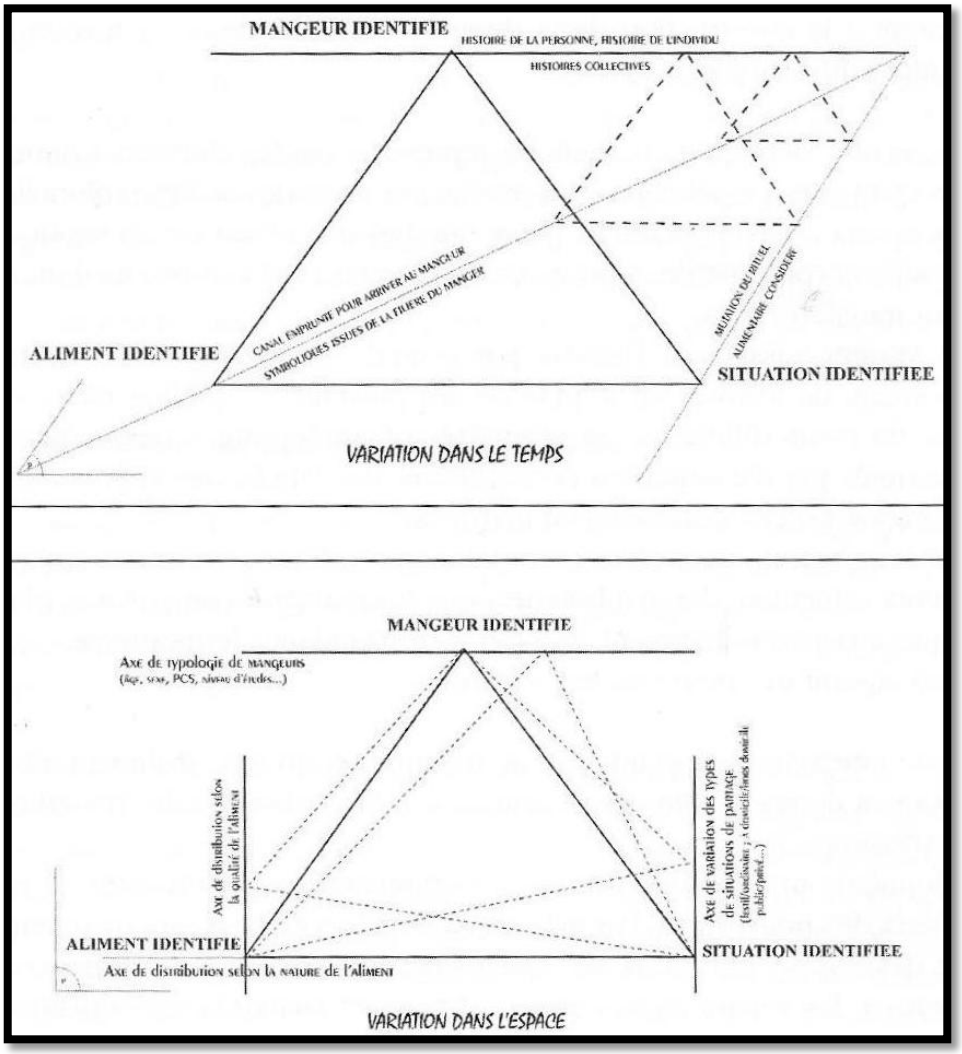
1.3 Influence des pairs et buveur pluriel

Après avoir étudié le buveur face au rite de passage, nous allons nous concentrer sur des concepts applicables au buveur. Nous allons revenir sur l'étude de Gregory Lo Monaco et Christian Guimelli, dans laquelle les chercheurs comparent deux groupes de jeunes. Les premiers sont des étudiants de lycée hôtelier qui ont un rapport fort au vin, et les seconds sont des étudiants d'université, qui consomment ou non du vin. Les deux chercheurs posaient l'hypothèse qu'il « serait possible d'observer un partage des connaissances entre les sujets qu'ils soient consommateurs ou pas… » (Lo Monaco, Guimelli, 2008). De ce fait, les sujets n'appréciant pas le vin pourraient commencer à s'y intéresser et à avoir des connotations positives à son égard. Cette connaissance pourrait entrainer des consommations. Nous avons vu précédemment que le niveau de connaissance ainsi que la proximité avec l'objet poussaient à sa consommation. Effectivement, à la fin de cette étude, les consommateurs non formés associaient des « cognitions positives au vin » (Lo Monaco, Guimelli, 2008). alors qu'au début ils avaient une mauvaise image du produit. L'influence des pairs est donc importante pour ce qui est du transfert de savoir, il serait intéressant de voir ce qu'il en est dans les consommations.

Le mangeur est aussi un être pluriel. Il est le « résultat de la rencontre du *mangeur* socialement identifié », (âge, sexe, niveau d'étude) « d'une *situation* », c'est-à-dire d'un contexte social (« festif ou ordinaire, domicile ou hors domicile ») et d'un « *aliment* particulier sur lequel s'agrègent des représentations à l'intérieur d'un niveau socioculturel ». Cette rencontre forme les trois sommets du « Triangle du manger », qui varient dans le temps et suivant l'espace

social, comme indiqué dans les schémas ci-dessous. L'individu sera capable, « selon les contextes sociaux et le type d'aliment, d'actualiser des comportements différents ». (Poulain, 2005, p.185) Cela veut dire que les consommations dépendront de l'âge, de la situation et de la boisson. Autrement dit, les buveurs âgés de 18 à 25 ans pourraient avoir un comportement totalement différent selon qu'ils boivent de la vodka ou un vin AOC, autour d'un repas ou lors d'une soirée, car les contextes de consommation seront différents.

FIGURE N° 6: TRIANGLE DU MANGER



SOURCE : MEILLER DANIEL, *LE MANGEUR DU XXIIÈME SIÈCLE,* 2003

2. Focus sur Midi-Pyrénées

Comme dit précédemment, notre échantillon concernera les jeunes en Midi-Pyrénées étudiant ou travaillant à Toulouse. En cela, nous nous devons de connaître un minimum le territoire, afin de comprendre comment celui-ci peut influencer, ou non, les consommations des jeunes.

2.1 Les vins du Sud, un terroir culturel plaisant

Selon le dictionnaire *Larousse*[21] le terroir est « l'ensemble des terres d'une région, considérées du point de vue de leurs aptitudes agricoles et fournissant un ou plusieurs produits

[21] LAROUSSE, Éditions, Définitions : terroir - Dictionnaire de français Larousse. In : [en ligne]. [Consulté le 1 mars 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/terroir/77475.

caractéristiques, par exemple un vin. » Autrement dit, le terroir est un sol qui possède des caractéristiques qui vont conférer au produit une typicité qui lui est propre. « Un terroir, c'est l'association de trois éléments : un sol, un climat et des hommes » (Meiller, 2003, p. 77).

Selon Jean-Robert Pitte, le vin serait un produit culturel, qui regroupe des pratiques, connaissances et références communes à des groupes d'individus, transmissible par l'apprentissage (2013, p.108). Le monde du vin constitue donc un univers à part entière, possédant ses codes, règles et normes, avec tout un passé historique, comme nous l'avons vu précédemment. Cela en fait donc un objet culturel, plutôt qu'une boisson de « tous les jours». Le vin change donc de statut, et ce changement s'effectue notamment avec les nouvelles générations. La culture influence les consommations avec cette appétence pour un vin dit de « plaisir »

> *« Le consommateur, lui, à déjà changé. Il se consomme beaucoup moins de vin de table. Le vin est devenu un produit happy few, mais aussi de jeunes, qui considèrent que le vin rouge n'est pas forcément l'apanage de notaires ventripotents et belges, mais qu'au contraire il est assez sympa de faire un bon plat et de vivre leur convivialité autour d'une bouteille. Mais une bouteille que l'on ne boit pas dans la restauration collective quotidienne, une bouteille que l'on boit chez soi, entre copains, et au restaurant. Il s'agit d'une toute autre dimension dans la consommation. A cet égard, le produit va connaître une évolution touchant davantage la jeunesse et son aspect culturel. »* (MEILLER, 2003, p. 276)

En effectuant des lectures sur le terroir du sud de la France, nous nous sommes rendu compte que les vins provenant de ces terroirs seraient propices à être appréciés par les jeunes, car cette « région possède la plus grande variété géologique et la plus grande diversité de sols » (Meiller, 2003, p. 77). Midi-Pyrénées qui regroupe sur son sol les vignobles « Sud-ouest » et un peu des vignobles du « Languedoc » (Cf carte page 11) possède une variété de cépages divers et variés ; Syrah, Cabernet sauvignon, Carignan, Muscat, Chardonnay, Pinot noir capable de produire des « vins plaisants, des vins d'appels, qui permettront à de nouveaux consommateurs de faire leur apprentissage » (Meiller, 2003, p. 82). Effectivement, nous allons voir dans la partie suivante que les jeunes sont dans l'attente de nouveaux vins, et nous allons comprendre en quoi le terroir du sud peut y répondre.

2.2 Les attentes des jeunes et leurs tendances de consommation

Selon Meiller, « le seul moyen aujourd'hui de séduire les jeunes consommateurs, c'est de proposer des vins faciles à comprendre, gourmands, techniquement bien faits » (2003, p. 80).

Jérôme Despey, lui, dans son dossier concernant le vin et l'innovation, pense que les vignerons aujourd'hui doivent arriver à « casser l'image traditionnelle du vin » en s'adaptant à la demande. Selon Despey, les attentes des nouveaux consommateurs de vin seraient les suivantes :

- accéder à des vins plus « légers » en alcool ;
- boire des vins au goût plus fruité ;
- avoir des produits plus « markétés ».

Selon Jérôme Despey, ces nouvelles tendances dans les consommations ne sont que le résultat « d'attentes sociétales ». Nous faisons référence aux campagnes anti-alcool et la responsabilisation des individus, face à leur consommation. Voici ces nouvelles modes qui répondent aux exigences de la société moderne :

- Le vin rosé est un produit qui plaît « la nouvelle tendance observée est la consommation du rosé tout au long de l'année, avec une demande d'approvisionnement significative » (Despey)[22]
- Les vins aromatisés comme le « rosé pamplemousse » sont à la mode.

Moins cher (environ 4-5€ la bouteille de 75cl) et plus sucré, le vin aromatisé est plus accessible aux jeunes, qui ont souvent un pouvoir d'achat moins élevé et un palais plus novice aux vins. Nous nous devons également de rappeler que « les nouveaux consommateurs commencent toujours par des vins sucrés pour aller ensuite vers des vins plus secs » (Despey). Néanmoins, le rosé pamplemousse n'est pas réellement un vin, mais plutôt un apéritif à base de vin. Celui-ci aura tout de même un impact positif dans l'apprentissage.

- Le vin au verre fait également partie de la demande. Cela est un bon compromis pour les petits buveurs qui peuvent se faire plaisir, sans transgresser les règles de responsabilisation.

2.3 Les réponses des viticulteurs, innovations et produits sur le marché

En réponse à l'attrait pour les vins sucrés, le marché des vins aromatisés et du rosé s'est développé et les gammes se sont élargies. Effectivement, selon Jérôme Despey[23], nous avons vu apparaître dans les rayons du « rosé citron, du blanc pêche, du blanc pomme verte, du blanc au chocolat blanc, du rouge grenade » ou encore du « rouge griotte ».

[22] http://www.fnsea.fr/media/1018509/ia872_dossier.pdf
[23] DESPEY, Jérôme, 2013. La profession doit tenir compte des nouvelles attentes. In : . novembre 2013. n° 872, p. 10-23.

Une autre innovation qui pourrait permettre aux jeunes de redécouvrir le vin, porte sur le bouchon. Nommé Hélix,[24] ce bouchon en liège permettrait de ne plus avoir à utiliser de tire-bouchon, et de pouvoir le renfoncer dans la bouteille après utilisation. Le liège est conservé pour sa qualité mais aussi pour la tradition. Cependant, le fait de ne plus utiliser de tire-bouchon enlève ce côté « cérémonial de l'ouverture du vin »[25] et pourrait sûrement plaire aux jeunes.

Pour ce qui est de remettre au goût du jour des vins légers, cela a été fait par des chercheurs de l'INRA de Pech rouge en collaboration avec des partenaires (privés et publics). Effectivement, le constat effectué par Jérôme Despey est le même que celui de Perraut, chercheuse à l'INRA, qui relate que les « vins de qualité actuels se caractérisent par un degré alcoolique trop élevé (12 à 14 voire 15% vol.) en contradiction avec les politiques de santé publique et la sécurité routière ». Effectivement, les jeunes préfèreraient des vins allant de 8% à 10% vol plus adaptés pour des premières consommations. De même, les vins allégés en alcool seraient moins puissants, « mais cela laisse parfois la place à la dominance des notes fruitées en fin de bouche ». C'est exactement ce que le jeune consommateur recherche. Nous allons enfin voir que la dernière demande des jeunes, qui étaient que les produits vinicoles soient plus « markétés », doit encore être travaillée, afin de conquérir ce segment de consommateur.

2.4 Le marketing, un point noir pour le vin

Nous constatons en France un début d'effort en termes de design et de modernisation des bouteilles de vin. Cependant, cela n'est pas révolutionnaire pour autant et reste visiblement le problème majeur des vins français.

FIGURE 7 : BOUTEILLES DE VIN

SOURCES : WWW.MAREVUEWEB.COM WWW.MOTIF-WINE.COM

[24] http://helixconcept.com/

[25] Citation du Responsable de la marque en France. Vidéo consultable à l'URL suivant : http://helixconcept.com/fr/video/

Si l'on regarde les photos des bouteilles ci-dessus, nous remarquons qu'elles sortent de l'ordinaire et sont plutôt agréables à regarder. Or ces bouteilles ne sont pas françaises. Effectivement, après recherches et observations dans les rayons, les bouteilles de vin (nous ne parlons pas d'apéritif à base vin) au design surprenant sont très rares. La France semble rester assez traditionnelle pour ce qui est du vin et du marketing qui l'accompagne. Ceci est dommage, car nous produisons depuis des générations un des meilleurs vins du monde, qui tend à être délaissé par les jeunes, si le marketing ne les attire pas un peu plus. C'est également le constat que fait Géoconfluences[26] qui nous dit que « la relation jeunes-vins semble être conditionnée par l'indifférence des opérations marketing à son égard ».

Pour citer un autre exemple, en 2005, Bordeaux avait lancé un vin appelé « E-motif » réservé aux jeunes, avec des bouteilles design et se vendant uniquement sur internet. De plus, le vin était à un prix raisonnable de 6€, tout à fait abordable pour cette cible. Le site internet étant à ce jour fermé, nous pensons que cette opération n'a pas trouvé d'acheteurs. Cependant, Bordeaux a-t-il assez communiqué sur cette création ? Est-il allé vers sa cible, les jeunes ? En regardant sur internet, nous constatons qu'E-motif n'a pas tellement fait parler de lui, et que les seuls articles concernant cette « innovation » étaient uniquement présents sur des sites internet consacrés au vin. Cela est certes logique, mais si les Syndicats des vins de Bordeaux voulaient attirer des jeunes qui ne consommaient que peu de vin, ceux-ci auraient eu tout intérêt à sortir de leur zone de confort afin que le produit aille à la rencontre des jeunes et non l'inverse.

3. Pré - Étude : Les jeunes de Midi-Pyrénées en 2016 : Définition de l'échantillon

Afin de conclure cette première partie, et avant de poser notre problématique et nos hypothèses, nous devons cerner notre échantillon, afin de cibler au mieux notre étude. Cela nous permettra aussi de dégager des points particuliers aux jeunes, qui nous permettront de nous poser les bonnes questions.

3.1 Qui sont les jeunes en Midi-Pyrénées ?

Ayant commencé ce travail avant la réforme des régions, je voulais réaliser mon étude en Midi-Pyrénées. Aujourd'hui, la fusion de Midi-Pyrénées et Languedoc Roussillon compliquant

[26] [26] Hallaire, Lecoin. Juliette et Anouk 2007. Les jeunes et le monde du vin — Géoconfluences. In : [en ligne]. [Consulté le 29 janvier 2016 e]. Disponible à l'adresse : http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/vin/VinScient8.htm.

énormément le travail de recherche, j'ai décidé de me concentrer sur Toulouse, point de rencontre de toute la région. Nous allons donc, pour cette recherche, nous concentrer sur les jeunes de Midi-Pyrénées en études supérieures ou travaillant à Toulouse. Ce choix est motivé par plusieurs raisons :

- la proximité avec le vin ;
- la proximité de Toulouse avec différents domaines (Gaillac, Fronton) ;
- Toulouse accueille des jeunes de toute la région notamment pour les études supérieures.

Après quelques recherches sur le site de l'INSEE, nous avons recueilli différentes données datant du dernier recensement (rapport de 2013, pour le recensement de 2009) qui vont nous permettre d'avoir une vision globale de notre échantillon. Afin d'avoir une vision d'ensemble, nous nous sommes appuyés sur le rapport « Posmip » présentant les jeunes en Midi Pyrénées. Dans ce rapport, nous avons relevé différentes informations :

- Midi-Pyrénées est une région plutôt jeune : 16,7% de la population totale à entre 16 et 29 ans, et notamment la Haute Garonne avec 21,1% de la population totale qui se trouve également dans cette tranche d'âge. Cela est dû à « l'attractivité de l'enseignement supérieur en Midi-Pyrénées qui se concentre majoritairement sur l'agglomération toulousaine. » Nous pouvons donc mener notre étude à Toulouse, nous aurons des chances de trouver des jeunes de tous horizons.

FIGURE N°8: RÉPARTITION DES JEUNES DE 16 À 29 ANS EN 2009

	16-18 ans	19-24 ans	25-29 ans	Ensemble des 16-29 ans	Population totale	Part des 16-29 ans dans la population totale (en %)
Ariège	5 003	7 799	7 177	19 979	151 117	13,2
Aveyron	8 973	14 038	13 485	36 496	277 048	13,2
Hte-Garonne	48 026	121 365	89 724	259 115	1 230 820	21,1
Gers	5 981	8 843	7 919	22 743	187 181	12,2
Lot	5 557	7 972	7 432	20 961	173 562	12,1
Htes-Pyrénées	7 727	13 792	10 717	32 236	229 670	14,0
Tarn	13 284	20 881	18 145	52 310	374 018	14,0
Tarn-et-Gne	8 411	13 396	12 333	34 140	239 291	14,3
Midi-Pyrénées	102 963	208 085	166 931	477 979	2 862 707	16,7
France métro.	2 340 101	4 675 684	3 878 006	10 893 791	62 465 709	17,4

SOURCE : INSEE RECENSEMENT DE LA POPULATION 2009

- En deuxième point, nous constatons la transition des jeunes de 20-24 ans d'une vie chez leurs parents à une vie de couple.

TABLEAU N°5 : COMPARAISON ENTRE LES 15-19 ANS ET LES 20-24 ANS.

POUR LES 15-19 ANS	POUR LES 20- 24 ANS
80% VIVENT CHEZ LEURS PARENTS ; 9% VIVENT SEUL ; 8% VIVENT EN COLLOCATION SANS LIEN FAMILIAL ; 2% VIVENT EN COUPLE SANS ENFANTS ; 1% VIVENT EN COUPLE, AVEC UN ENFANT.	36% VIVENT CHEZ LEURS PARENTS ; 25% VIVENT SEUL ; 20% VIVENT EN COUPLE AVEC ENFANTS ; 12% VIVENT EN COLLOCATION SANS LIEN FAMILIAL ; 8% VIVENT EN COUPLE SANS ENFANT.

SOURCE : RAPPORT POSTMIP

- En troisième point, nous remarquons que le « taux de migration net est particulièrement élevé pour la classe d'âge 20-24 ans ».

FIGURE N°9 : TAUX DE MIGRATION DES JEUNES

Classes d'âge	Arrivées vers la région	Départs de la région	Solde migratoire	Taux annuel de migration net (pour 10 000 hab.)
5-14 ans	28 160	15 742	12 868	79
15-19 ans	16692	8 652	8 040	94
20-24 ans	36 075	24 116	11 959	139
25-29 ans	33 132	30 556	2 576	31
30-34 ans	26 761	18 314	8 447	99
35-39 ans	21 036	12 218	8 818	91
40-54 ans	35 527	2 0217	15 310	51
55-64 ans	18 936	9 024	9 912	55
65-74 ans	8 121	4 258	3 863	31
75 ans ou plus	6 544	4 421	2 123	14
Ensemble	231 435	147 517	8 3918	62

SOURCE : RAPPORT POSTMIP

Les 20-24 ans subissent donc de gros changements dans leurs vies.

- Dans ce dossier, nous constatons aussi que les jeunes en Haute Garonne sont des jeunes qui réussissent, avec une part des diplômés de 54.7%, supérieur à la moyenne Française de plus de 12 points. De plus, nous voyons ci-dessous que le taux d'emploi et d'activité bondit de la classe 15-19 ans à la classe 20-24 ans, en corrélation avec le taux de pauvreté qui lui « décroît avec l'âge »[27].

FIGURE N°10 : TAUX D'ACTIVITÉ ET TAUX D'EMPLOI DES 15-29 ANS PAR TRANCHE D'ÂGES

Taux d'activité et taux d'emploi des 15-29 ans par tranches d'âges

	Taux d'activité (%)	Taux d'emploi (%)	Ecart (pt)
Classe des 15 à 19 ans	17,2	12,5	*4,8*
Classe des 20 à 24 ans	65,1	51,4	*13,7*
Classe des 25 à 29 ans	90,5	77,2	*13,4*
Ensemble des 15 à 24 ans	31,6	41,5	*9,9*
Ensemble des 15 à 29 ans	57,6	46,2	*11,3*
Ensemble des 15 à 64 ans	71,9	64,3	*7,6*

Source : Insee RP2010

SOURCE : INSEE RP2010

Après l'étude des jeunes en Haute-Garonne, nous remarquons un fait marquant : le nombre de changements observé aux alentours de 20 ans. Cela serait-il lié au rite de passage, avec une augmentation des responsabilités, le partage de la vie à deux, qui amènerait un changement considérable pour cette tranche d'âge là ?

[27] http://www.posmip.fr/files/pdocument/public/r314_19_posmip_jeunesmp.pdf

Conclusion de la première partie

Afin de conclure cette première partie, voici les éléments essentiels à retenir afin de comprendre notre problématique et nos hypothèses. Premièrement, le vin est un produit qui s'est instauré en France dans le temps et l'espace. Vital pour notre économie, celui-ci est devenu un produit culturel respecté par la majorité des français.

En termes d'incorporation, le vin la facilite, essentiellement grâce à de bonnes connotations individuelles, partagées par le collectif. La proximité des jeunes de Toulouse avec le vin, devrait également faciliter la consommation, nous avons vu la corrélation consommation/proximité avec l'objet.

Pour ce qui est des vins consommés, les jeunes boivent moins de vin, mais ils choisissent du bon vin, ou paradoxalement des apéritifs à base de vin pour leur goût fruité. Nous notons également une éducation au vin qui est importante, en partant de vins sucrés au début, vers des vins plus caractériels.

Les jeunes sont également en attente de plus de marketing autour du vin, même si cela commence à arriver, il reste encore des efforts à faire.

Pour ce qui est des consommations, nous assistons à un bouleversement générationnel, entrainant des stigmatisations de la part de leurs aînés. Nous nous demanderons si cela n'est pas dû à un décalage dans l'entrée dans la vie d'adulte, les études supérieures étant bien plus longues de nos jours. Cela nous ramènera donc à étudier le rite de passage, en lien avec les nombreux changements étudiés en dernière partie sur les jeunes de 20-25 ans.

Après cette revue de littérature nous pouvons poser la problématique suivante :

« Quelles sont les influences qui vont amener les jeunes à consommer et apprécier le vin de manière modérée et socialement acceptée ? »

De cette problématique découle trois hypothèses, auxquelles nous essaieront de répondre dans la partie suivante :

- L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte.
- Le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs.
- L'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé.

Partie 2 : HYPOTHÈSES

Introduction

Après avoir réalisé notre revue de littérature, nous devons maintenant défendre la problématique et les hypothèses qui en découlent. Pour cela, nous avons réalisé quatre entretiens exploratoires qui vont nous permettre d'appuyer ces hypothèses, ou au contraire de nous rendre compte qu'elles sont fausses ou incomplètes. Nous allons dans un premier temps expliquer comment nous avons procédé au choix de nos sujets, en les présentant brièvement. Puis, nous défendrons une à une nos hypothèses.

Afin d'appuyer celles-ci, des entretiens ont dû être réalisés. Dans un souci de correspondre au maximum à notre futur échantillon et dans le but de comparer les différentes tranches d'âges, nous avons choisi d'interroger quatre jeunes, en les séparant en deux catégories :

- Deux jeunes de moins de 20 ans buvant n'importe quels alcools ;
- Deux jeunes de plus de 20 ans, buvant du vin ;
- Des jeunes n'ayant pas un parcours hôtelier, ni alimentaire, afin de ne pas biaiser les résultats ;
- La fréquence de consommation de vin n'était pas importante, la seule demande était que les sujets ne soient pas abstinents.

Voici une brève présentation de nos quatre sujets :

TABLEAU N°6 : PRÉSENTATION DES SUJETS DES 4 ENTRETIENS EXPLORATOIRES

ENTRETIEN	ÂGE	SEXE	SITUATION PROFESSIONNELLE	SITUATION PERSONNELLE	FRÉQUENCE DE CONSOMMATION	REPÈRE DANS LE MÉMOIRE	TYPE DE VIN APPRÉCIÉ
1	22	F	ÉTUDIANTE EN PSYCHOLOGIE	EN COUPLE-VIT CHEZ SES PARENTS	UNE FOIS PAR SEMAINE	S1	VIN ROUGE
2	23	F	ÉTUDIANTE EN COMMUNICATION	EN COUPLE, VIT SEULE	UNE FOIS PAR SEMAINE	S2	VIN ROUGE
3	18	F	ÉTUDIANTE EN MÉDECINE	CÉLIBATAIRE-VIT SEULE	5 FOIS PAR AN (RARE)	S3	VIN BLANC
4	18	H	LYCÉEN	CÉLIBATAIRE VIT CHEZ SES PARENTS	UNE FOIS PAR SEMAINE	S4	VIN ROSÉ

Le guide d'entretien ainsi que les 4 entretiens exploratoires sont disponibles de l'annexe 3 à 6. Chaque entretien est anonyme. Afin de faciliter la lecture, les questions que j'ai pu poser sont précédées d'un « I », pour interviewer et les réponses sont précédées d'un « S » pour sujet. Le « S » sera toujours suivi du numéro d'entretien 1, 2, 3 ou 4. Vous pouvez vous repérer sur le tableau de la page précédente. Vous remarquerez également que le tutoiement a été utilisé. Ceci est un choix. Les sujets étant jeunes, il était plus simple et naturel de se tutoyer. De plus, l'alcool étant un sujet sensible et les consommations d'alcool étant personnelles, utiliser le tutoiement permettait de mettre en confiance les personnes interrogées.

Le guide d'entretien, donné en annexe, est divisé en 5 points. Après une présentation, l'entretien débute par une approche plutôt globale des consommations de vin. Nous voulions ici savoir la fréquence de consommation, le type de vin bu et l'appréciation ou non du vin. Deuxièmement, nous interrogeons les jeunes sur leurs représentations autour du vin. Nous avons ensuite interrogé les sujets sur leurs premières consommations d'alcool afin de voir quel souvenir ressort de cette expérience. Nous arrivons par la suite à la socialisation au vin en essayant de leur faire remonter le temps, pour qu'ils se souviennent de leur consommations avant et maintenant. Ceci a pour but qu'ils comparent eux même leurs consommations. Il en va de même sur la dernière partie avec le rapport aux autres alcools, le but est d'amener les personnes interrogées à comparer leurs consommations entre vin et alcool. Nous commencerons donc par une partie synchronique afin de cerner les consommations au présent. Puis nous irons vers une partie diachronique afin de voir l'évolution de chaque sujet.

Chapitre 1 : Étude de l'hypothèse 1 : « L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte. »

Nous posons l'hypothèse qu'il y a un type d'alcool associé à chaque tranche d'âge. De même selon l'âge, les sujets auraient des besoins et attitudes différentes. Le vin, correspondrait à un besoin « d'adulte », et ne serait pas réellement apprécié avant l'âge de 20 ans. A cet âge, il semblerait que les jeunes vivent un rite de passage très important, élément déclencheur de la responsabilisation. Le vin ne s'apprécie donc qu'à partir du moment où l'on devient adulte, et socialement, nous ne pourrions passer à côté de cette consommation. Nous avons vu en partie 1 que les premières ivresses apparaissent vers l'âge de 15 ans. Nous pouvons donc imaginer qu'il y a deux types de consommateurs : les jeunes de 15 à 20 ans et les jeunes de 20 à 25 ans. Il y aurait une rupture autour de l'âge de 20 ans, d'où le découpage de nos entretiens exploratoires en deux catégories, afin de vérifier ce postulat.

Dans la première partie, au chapitre 3 nous avons défini ce qu'est le rite de passage, nous nous appuierons sur ces travaux ainsi que sur ceux d'Erik Erikson, qui a étudié les différents passages du développement de l'homme, en les regroupant en huit étapes. Nous nous attarderons plus particulièrement sur l'étape 5, l'adolescence et l'étape 6, la vie d'adulte, qui correspondent à notre échantillon. Nous essaierons d'entremêler ces postulats sur l'adolescence avec les réponses de nos sujets sur leurs consommations d'alcool afin d'appuyer au maximum notre première hypothèse.

1. 5ème étape : l'adolescence, identité et confusion d'identité

Durant cette étape de fin de croissance, « l'adolescent entre 12 et 18 ans essaie de passer de l'enfance à l'âge adulte ». A cause de cette transition, ces comportements et attitudes seront « contradictoires »[28]. Les adolescents sont en pleine crise identitaire et remettent « en cause des valeurs auxquelles ses parents […] sont attachés. D'autres sont convaincus que tout ce que disent les adultes est démodé ; c'est pourquoi ils rejettent toutes les valeurs familiales et se retrouvent sans aucun point d'ancrage. »[28]

[28] http://www.relation-aide.com/dos_description.php?id=25&cat=5

Bien que le texte ci-dessus situe le début de l'adolescence à 12 ans, nous ne parlerons pas des jeunes de moins de 15 ans. Pour cause, l'âge de la première ivresse se situe en moyenne à 15 ans. A la vue de nos entretiens, les jeunes de 15 à 18 ans ne respecteraient pas le savoir-boire, et leurs consommations d'alcool ne sont pas celles socialement acceptées. Nos sujets les plus âgés reviennent sur leur consommations d'alcool à cet âge et nous avouent : « *tu fais tout pour être saoul, c'était vraiment le but* » (S1) *« avant, je mangeais mon repas et après je buvais deux bières, trois verres de vin et une vodka en même temps, mélangé »(S2).* Également, notre sujet 3 qui a 18 ans parle des ivresses au passé, alors que le sujet 4 en parle au présent : *« pour me retourner le crâne » (S3) « dans le but de m'amuser, pour être plus joyeux, pour faire la fête, pour se libérer un peu plus, ouais pour se bourrer la gueule en fait… »(S4).*

Le deuxième point que nous constatons est qu'au début de leurs consommations, les jeunes boivent plus d'alcools forts que de vin car les effets de ce dernier sont moindres. De plus, ils ne boivent pas pour le goût de la boisson mais pour l'effet qu'elle procure. « *Tu n'apprécies pas ce que tu bois » « tu prends des alcools forts dans le but « de »…tu vois, tu ne bois pas un alcool fort pour son goût ni pour le plaisir, parce que déjà tu le dilue, donc ça n'a pas d'intérêt » (S1) « avant j'étais plus dans le genre « allé soirée, Pompelup vas-y on boit… » et accessoirement on va essayer de boire un alcool plutôt bon » (S*2) *« enfin c'est plus pour boire le verre et les effets qu'il procure. Le vin c'est pour le goût et l'alcool pour l'effet »(S3).*

En termes de représentations, les sujets de moins de 20 ans n'associent pas le vin au fait d'être français. Peut-être ne sont-ils pas assez matures ? Effectivement nos sujets de plus de 20 ans font référence à la France lorsqu'ils évoquent le vin « *à la France »* (S1), « *très français, même si ce n'est plus le cas, enfin ça reste dans mon esprit »* (S2) alors que nos deux sujets les plus jeunes (sujets 3 et 4) n'abordent pas le fait que le vin soit rattaché a la France. Cela peut aussi être dû au rejet des valeurs des parents.

Les adolescents en perte de repères vont transgresser les règles socialement acceptées afin justement, de remettre « en cause des valeurs auxquelles ses parents […] sont attachés ».[1] De ce fait, « les types d'alcool choisis par les adolescents ne sont pas les mêmes que ceux de leurs parents. La bière est préférée au vin. On retrouve aussi une préférence pour les alcools forts, souvent en ingestion massive ».[29] En grandissant, nos sujets ont tous petit à petit délaissé les consommations d'alcool massives, vers des consommations adultes et modérées. Nous ne

[29] http://www.alcoweb.com/alcool/fr/alcoweb/alcool_jeunes/17.html

disons pas, qu'à partir d'un certain âge les jeunes adultes ne seront plus jamais saouls, au contraire, cela arrive encore, mais c'est beaucoup plus rare. Les jeunes boivent par la suite pour le goût de la boisson et non dans un but d'être saoul. Le changement des alcools forts vers le vin s'inscrit aussi dans la découverte de nouveaux goûts et de plaisir sensoriel. « *C'est quand même un truc qui a un goût et qui peut être hyper bon si tu essaies de l'apprécier »(S2).* Nos sujets de plus de 20 ans se sont rendu compte de ce changement : « *la différence c'est le but de la consommation pour moi… Quand t'es jeune […] tu fais tout pour être saoul, c'était vraiment le but. Alors que maintenant si ça arrive ce n'est pas fait exprès… […] le vin tu le bois vraiment dans un but de plaisir » (S1) « avant je buvais le vin comme n'importe quel alcool et je l'appréciais un peu moins. […] je buvais du vin moins bon, pas au même moment. Maintenant mes consommations sont adultes avec modération »(S2).* Les sujets 3 et 4 n'en sont pas encore à aimer le goût du vin. Le sujet 3 n'aime que les vins blancs, mais a déjà commencé le processus de diminution des alcools forts. Elle goûte de plus en plus de vin et essaie d'apprécier ce qu'elle boit. « *je ne bois plus pour me retourner le crâne, c'est plus comme ça » (S3)* Le sujet 4 est encore au stade où il boit pour boire. Il n'aime que le vin rosé l'été. Sinon il n'apprécie pas le vin et préfère les alcools forts. « *Ouais c'est sympa l'été parce que c'est frais, mais bon c'est comme une autre boisson, comme si tu buvais une bière ou un diabolo, c'est pareil pour moi »(S4).*

De plus, pour tous nos sujets, le vin est représenté comme une boisson d'adulte ou qui fait se sentir comme tel : *« truc qui te fait croire que tu deviens adulte » (S1) « c'est adapté au monde des adultes » (S2) « on doit être beaucoup à avoir la connotation de boisson pour adulte » (S3) « je l'associe aux adultes, c'est eux qui l'achètent, c'est eux qui le choisissent, c'est eux qui en consomment… » (S4).*

L'adolescence est donc un moment de la vie où les jeunes de moins de 19 ans sont en rupture avec ce qui est socialement accepté. Cela se ressentira notamment dans les consommations d'alcool. Cependant, tous s'accordent pour dire que le vin est une boisson pour adulte. Nous remarquons du moins, que seuls les sujets de plus de 20 ans pensent qu'inconsciemment boire du vin était un but à atteindre. Le sujet 3 au contraire ne se fixe pas pour objectif de reproduire le schéma de ses parents. Or, elle avouera par la suite que ses consommations ont changé au fil du temps, et qu'elle ne sait pas quels seront ses goûts, ni ses envies dans quelques années. *« J'en consomme pas régulièrement, après mes goûts évoluent depuis que j'ai commencé à boire, peut-être dans 5 ans je penserai différemment »(S3).*

Le sujet 4 ne prospecte pas du tout de boire du vin régulièrement quand il sera adulte. Il serait donc intéressant pour nous de pouvoir suivre des jeunes durant quelques années, afin de voir l'évolution de leur consommation.

Nous allons à présent étudier l'étape qui suit l'adolescence, c'est-à-dire l'âge adulte. A cet âge là, nous postulons que nos sujets devaient boire du vin.

2. 6ème étape : le jeune adulte

Selon l'OMS[30] l'adolescence se terminerait vers l'âge de 19 ans. Nous considérons ensuite que nos sujets sont des jeunes adultes, qu'ils deviennent responsables et acceptent donc les règles de « société ». Effectivement dans nos entretiens exploratoires, nos deux sujets qui ont plus de 20 ans boivent du vin et l'apprécient, les sujets 3 et 4 qui n'ont que 18 ans n'apprécient pas le vin. Ils ne boivent que des vins très sucrés. Ils n'en sont donc qu'au début du processus d'habituation au vin. Nous avons vu dans la première partie concernant les attentes des jeunes en termes de vin, que généralement, les jeunes partaient des vins les plus sucrés vers les moins sucrés.

Nous allons aborder l'étape qui « va de 18 à 35 ans. C'est l'époque de la vie où on a envie de partager avec autrui ».[27] C'est le passage du « je » au « nous ». Si nous ramenons cela à l'alcool, nous pourrions penser que le « je » peut être associé aux états d'ébriétés alors que le « nous » serait les « soirées conviviales » les moments de partage entre amis. Imaginons une fête où les gens boivent dans le but d'être saouls, le but est personnel. Bien qu'ils partagent un bon moment, l'état d'ébriété peut amener des pertes de contrôle de soi (violence, tristesse). Étant dans un état second, les personnes ne vont pas se comprendre. C'est dans ce sens là que pour nous, l'ébriété reste un état associé au « je ». Imaginons à présent une soirée autour de quelques alcools et du vin, où les jeunes boivent convenablement dans le but de partager, de ressentir des émotions, de partager des conversations et des échanges. Ce partage sera plutôt le « nous » et nous imaginons que les jeunes passent d'un type de comportement à l'autre après 18 ans. Ce passage ne se fera pas radicalement, mais nous imaginons que la balance va plus pencher du côté de la modération. Effectivement, nous nous rendons compte que le sujet 3 commence à calmer ses consommations « *j'ai commencé vraiment à boire du vin en terminale, et c'est entre la première et la terminale que j'ai ralenti mes consommations d'alcool, du moins que je sais un peu mieux boire… »(S3).* Les autres sujets ont également calmé leurs consommations d'alcool fort

[30] Organisation Mondiale de la Santé

dans cette tranche d'âge là : *« ça c'est fait progressivement je pense, mais je pense que ça a été entre 18 et 20 ans le changement » (S2) « le bon vin vers 18-19ans »(S1).* Par ailleurs, les plus de 20 ans associent le vin à la convivialité, au partage et donc au « nous » *« ça me fait penser à une soirée tranquille, à la convivialité » (S1) « genre soirée avec des potes dans des bars »(S2).*

A contrario, le sujet 4 ne diminue pas ses consommations d'alcool fort. Cependant, celui-ci vient juste d'avoir 18 ans. Il est le plus jeune de tous et n'est pas encore responsabilisé. De nos quatre sujets, il est le seul à être encore lycéen et à vivre chez ses parents. Il est possible d'imaginer une corrélation avec les consommations d'alcool. Si le jeune ne se sent pas adulte, nous pouvons imaginer qu'il ne consommera pas comme tel.

Pour ce qui est de la responsabilisation, nous voyons que nos deux sujets plus âgés sont en couple et suivent des études. Le sujet 2 vit seule et le sujet 1 vit chez ses parents. Or, les deux partagent leur vie avec quelqu'un et ont des responsabilités. De plus, le sujet 1 met bien l'accent sur le fait que sa vie de couple la responsabilisé : « *Puis j'ai rencontré quelqu'un et là, ça a totalement changé mes consommations »(S1).* Le sujet 3 vit seule mais a commencé des études très importantes pour elle, d'où la diminution des consommations. Elle vient d'acquérir des responsabilités via le passage d'une vie de lycéenne chez ses parents, à une vie d'étudiante, vivant seule. Justement, elle a diminué ses consommations depuis cette année : « *c'est plus la maturité dans l'âge qui m'a fait apprécier le vin et diminuer les alcools forts ».* La consommation de vin serait donc liée à un âge où les jeunes deviennent adultes et responsables.

Comme dit précédemment, la consommation de vin pourrait être un but à atteindre de manière inconsciente. Par exemple, notre sujet 3 n'aime pas trop le vin, mais elle en boit pour goûter. Elle avoue déjà être étonnée du changement dans ses consommations, elle arrive depuis peu à dissocier les goûts du vin et à en apprécier quelques-uns, chose qu'elle n'aurait jamais imaginé cela auparavant : « *maintenant je sais reconnaître depuis l'année dernière un bon vin, un vin fort d'un vin sucré… I : Et ça tu ne l'aurais jamais imaginé avant ? S3 : Ah ça c'est sûr. » (S3)*

Le vin ne s'apprécie qu'à partir du moment où l'on devient adulte, et socialement, nous ne pourrions pas passer à côté de cette consommation. De plus, chaque sujet trouve que le vin a un goût qui n'est pas celui qu'un enfant apprécie, c'est à dire pas « naturel ». Le sujet 2 nous confie qu'elle a un souvenir assez « *violent »* de la première fois où elle a bu du vin, justement car elle n'était *« pas habitué au goût à l'époque ».* Le sujet 3 qualifie le goût du vin de *« particulier ».* Le sujet 1 compare le vin au café et nous dit que ce sont deux boissons «*pas du tout naturelles*

pour nous en tant qu'enfant ». Enfin, le sujet 4 n'apprécie pas le goût des vins rouges et préfère le rosé pour le côté *« fruité ».* Le vin serait donc une boisson typée adulte, tant par son goût que pour ce qu'elle représente.

A la fin de nos entretiens exploratoires, nous constatons que contrairement à ce que nous avions annoncé, il n'y aurait pas un seul passage vers 20 ans, mais plusieurs, qui entraineraient des pratiques différentes à chaque fois.
C'est le sujet 2 qui, étant à un stade plus avancé dans ses consommations, nous a permis de remarquer une autre conduite. Nous ne savons pas si cela est global et adaptable à tous les jeunes. Cependant, voici les grands passages et comportement types que nous avons observés :

- A partir de 15 ans : Les sujets découvrent l'alcool, ils ne consomment pas du vin mais en ont déjà goûté. Les sujets boivent tous dans le but d'être saouls et non dans le but de découvrir des goûts et des saveurs.
- Vers 18 ans : première rupture, donc premier rite de passage de l'adolescence vers l'âge adulte. Nous qualifierons les jeunes de « jeunes adultes ». Ici nombreux sont ceux qui acquerront leur baccalauréat et pour beaucoup deviendront étudiants et déménageront. Cela fera office d'une première responsabilisation, tout comme notre sujet 3. Les jeunes seront amenés à diminuer leurs consommations d'alcools forts, et ils commenceront à goûter du vin palier par palier, dans un but d'habituation au goût.
- Vers 20 ans : Deuxième rupture, les jeunes deviennent de plus en plus responsables. Ils ont également acquis entre 18 et 20 ans leur permis de conduire, ce qui devraient leur permettre de diminuer leurs consommations. Ils vont boire de plus en plus de vin, s'habituer au goût et l'apprécier. De même, les jeunes délaisseront le vin blanc vers le vin rouge.
- Après 23 ans, nous remarquons que le sujet 2 boit du vin rouge et de l'alcool en dégustation. *« Le Gin j'ai changé ma consommation, je bois autrement. Pour les même raisons que j'ai commencé à boire du vin pour son goût et non pas pour me mettre une race j'ai bu dans un autre contexte, et aussi d'autres alcools type Gin etc. je ne savais pas ce que je buvais... Maintenant je fais plus attention, je vais goûter tel Gin parce qu'il est très bon. Et j'ai eu cette pratique aussi pour d'autres alcools. »*

Pour conclure, si nous revenons également à notre pré-étude sur les jeunes en Midi-Pyrénées, nous nous souvenons que vers 20 ans, il y a des nombreux changements que ce soit sur le lieu d'habitation, le mode de vie, l'entrée dans les études ou dans la vie active, des déménagements, des mises en couples. Tous ces évènements vont certainement être déclencheurs de responsabilisation et entraîner la diminution des consommations d'alcool. Nos entretiens exploratoires ne nous permettent pas de définir s'il y a un évènement précis ou non. L'entretien numéro 1 faisait un rapport avec sa mise en couple et le numéro deux à aucun évènement en particulier mais à un changement progressif. Lors de l'étude de master 2, lorsque nous serons face à un échantillon complet, nous pourrions chercher à comprendre s'il y a réellement une rupture, ou un évènement dans la vie de jeune, qui va faire basculer les tendances. Est-ce un évènement général à un âge particulier ? Une sorte de déterminisme social. Ou bien cela est-il propre à chaque jeune et ne dépend pas de la société ?

Pour terminer sur notre hypothèse, qui était, je rappelle : « L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte. », nos entretiens nous ont permis d'apporter matière à développer l'hypothèse qui restera à vérifier auprès d'un plus grand échantillon.

Chapitre 2 : Étude de l'hypothèse 2 : « Le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs. »

Dans la première partie, nous avions consacré le point 1.3 du chapitre 3 au « Buveur pluriel » et à l'influence des pairs. Le but était de démontrer que le consommateur s'adaptait à la situation et aux personnes avec qui il était. Ces deux éléments vont eux même s'adapter à un troisième qui est le buveur. C'est l'adaptation diachronique. Jean-Pierre Corbeau postule que les consommations du buveur varieront dans le temps, selon l'histoire de la personne et de l'individu mais aussi selon son âge, son sexe et son niveau d'étude. Tout cela est réuni dans le « Triangle du manger » de Jean-Pierre Corbeau disponible page 32.

Afin de répondre à cette hypothèse, nous allons donc traiter point par point les différents éléments amenés par Jean-Pierre Corbeau, expliqués dans *« Le mangeur du XXI*ème *siècle »* en les mêlant à nos entretiens, afin de répondre au mieux à notre deuxième hypothèse.

1. Le consommateur

Commençons par l'analyse du consommateur. Nous traiterons cette partie en suivant les différents points énoncés par Jean Pierre Corbeau, dans le livre de Daniel Meiller « Le mangeur du XXI^{ième} » dans son explication du « Triangle du manger ». Cela nous permettra de comprendre les différents facteurs qui peuvent amener le consommateur à avoir tels ou tels comportements.

1.1 La reproduction d'un comportement

Le buveur est « producteur et reproducteur de modèle » (Meiller, 2003, p.52). Nous l'avons vu dans l'hypothèse 1, nos sujets de plus de 20 ans pensent que boire du vin était un but à atteindre dans leur jeunesse. De plus, le vin fait partie intégrante du patrimoine culturel français. Boire du vin pourrait être associé au fait de reproduire les normes induites par la France, et reproduites depuis des générations. Nous avons vu également que nos sujets de plus de 20 ans associent le vin à la France. Il est possible que les sujets 3 et 4 n'associent pas le vin à la France, car ils sont encore dans la phase où ils rejettent les valeurs de leurs parents et aînés. Également, nous remarquons que lorsque nous avons traité la partie sur la socialisation au vin, nous nous rendons compte que celle-ci a été induite par les aînés, et notamment, par

les parents. Tous nos sujets ont gouté le vin avec leurs parents. Mais, ce qui est troublant est que nos sujets qui appréciaient le vin aujourd'hui se souviennent mieux de leur première initiation au vin que nos sujets qui ne l'aiment pas. Le sujet 1 s'en souvient bien « *J'avais 10-13 ans, je me souviens très bien c'était avec mes parents à un repas de famille. Je crois que j'ai gouté et que j'ai dit quelque chose dans le genre « bah mais comment vous faites pour aimer cela » J'en garde une sensation ni bonne ni mauvaise, bizarre… ».*

Le sujet 2 s'en souvient aussi « *je me souviens que j'étais assez jeune genre j'avais 14 ans, c'était avec mes parents […] c'était assez violent, je n'étais pas habitué au goût à l'époque, ça ne m'a pas non plus traumatisé, mais bon, pourquoi pas… Mais je pense que c'était un bon vin, du coup il allait bien avec les aliments » (S2)*

Au contraire, le sujet 3 ne s'en souvient pas spécialement *« Pas de souvenir ni d'émotion mais je pense que c'était avec mes parents, une gorgée comme ça… » (S3).* Son père consomme du rouge et sa mère boit du vin rosé uniquement pour les occasions. Le sujet 3, n'aime pas du tout le rouge et justement elle préfère les vins sucrés. Serait-ce une reproduction inconsciente du modèle familial ? « *Moi je donne l'exemple de mes parents, mon père buvait du rouge à chaque repas, tous les midis, et ma mère c'était le rosé au restaurant ou en soirée comme ça… c'est peut-être pour ça que j'ai cette image rouge-garçon, rosé-filles »* … « *pas du rouge, parce que je n'aime pas ».*

Le sujet 4 ne s'en souvient pas non plus, « *peut-être vers mes 15 ans, après je n'en garde aucun souvenir ».* Est-ce une coïncidence ? Ou le fait d'apprécier le vin se trouverait dans une socialisation faite assez jeune dont le sujet garde un bon souvenir, qui induira la reproduction d'un modèle ?

1.2 Le genre

Selon Jean Pierre Corbeau, « le genre » (Meiller, 2003, p.52) pourrait être une des variables de consommations. Nous remarquons justement que le sujet 3 pense que le vin rouge est un alcool pour garçon : « *Le rouge les garçon le rosé les filles, c'est comme ça dans ma tête… » (S3)* De plus, lorsqu'elle boit du vin, ce sont les garçons qui le choisissent : *« ce n'est pas moi qui choisis, c'est les garçons en général ».* Cependant, nos sujets les plus âgés qui sont deux filles adorent le vin rouge et notre sujet le plus jeune qui est un garçon n'aime que les vins sucrés : **«** *je suis allée vers des vins rouges »(S1)* « *J'ai toujours bu du rouge » (S2) « Du rosé, les autres je n'aime pas » (S4)*

Nous ne pouvons pas avancer qu'il y ait une différence sexuée en ce qui concerne le vin. Cependant, à la vue de nos entretiens, il serait intéressant d'étudier ce point à grande échelle car en étudiant uniquement nos sujets, nous ne pouvons pas dire que le genre influence les consommations de vin.

1.3 La région d'origine

Jean Pierre Corbeau nous explique par la suite que la « région d'origine » et « celle où réside » le mangeur (Meiller, 2003 p.52) peuvent être des influences. Le sujet 2 évoque cette influence : « *Non, enfin ce n'est pas une pression sociale mais c'est un cadre. Dans cette région on boit beaucoup de vin donc je pense avoir été influencé »* (S2) Les autres sujets n'évoquent pas l'influence du lieu de vie. Le sujet 3 elle nous parle de sa famille qui vit dans une région viticole et nous dit qu'au contraire, cela n'a pas du tout influencé ses consommations. La région d'origine reste donc un point flou, nous ne pouvons pas dire si cela est une influence ou non, même si nous avons vu précédemment en partie 1 que le niveau de connaissance et le lieu de vie influençait les consommations. Nous remarquons aussi qu'il n'y a que le sujet 2 (le plus âgée) qui se rend compte de cet effet. Peut-être que ce type de facteur ne se remarque qu'avec l'âge.

Pour conclure autour de ce premier sommet du « Triangle du manger », nous voyons qu'il existe de très nombreux types de buveurs de vin et d'alcool. Les consommations semblent être adaptées au stade de développement du consommateur et à ses envies mais aussi à la reproduction d'un schéma et à la région où il réside. L'âge est un facteur très important dans le type de consommation, il est d'ailleurs celui qui ressort le plus de nos entretiens. Nous rappelons avoir constaté différentes étapes de consommations associées à chaque âge. A chaque fois, celles-ci partaient d'un comportement type « ***binge drinking*** » vers des consommations modérées type « dégustation ». Nous aurions aussi pu traiter de la catégorie sociale, ce qui n'a pas été fait, mais qui pourrait être intéressant à plus grande échelle, tout comme les différences de sexe, qui ne ressortent pas spécialement de nos entretiens.

2. La boisson

Nous allons à présent étudier les différentes boissons. Grâce à nos entretiens trois boissons types ressortent : l'alcool fort, le vin et la bière. Jean Pierre Corbeau nous dit que les boissons « varient à travers le temps et l'espace parce que les inventions techniques et technologiques modifient leur production et leur transformation » (Meiller, 2003 p.53) Pour ce qui est du vin, nous ne pouvons pas dire beaucoup sur cela, par contre, nous avons constaté en partie 1 l'explosion des apéritifs à base de vin. Mis à part le sujet 4 qui en consomme, aucun autre sujet n'en parle. Peut-être que nos sujets n'associent pas les apéritifs à base de vin à du vin.

2.1 Nos sujets et leurs représentations au vin

« Les aliments véhiculent des symboliques que les mangeurs perçoivent, plus ou moins inconsciemment, comme correspondant à leurs attentes, qui provoquent des peurs ou les rassurent ». (Meiller, 2003 p.53) Nous avons vu dans la première hypothèse que les alcools forts bu dilués seraient une réponse à un âge où les adolescents seraient en opposition avec le savoir-boire, et que le vin répondrait à un besoin d'adulte. De plus, nous avons interrogé nos sujets sur leurs représentations du vin. Précédemment en partie 1, nous avions démontré que plus le sujet est proche de l'objet, plus il s'y intéresse et plus il a des chances d'en consommer. Le sujet 1 associe le vin à *« soirée tranquille, à la convivialité » « Dans le cadre d'un repas festif quoi ».* Le sujet 2 trouve que le vin est *« clairement plus class que d'autres alcools »…« encore plus intellectuel, il y a un côté un petit peu class aussi ».* Nous remarquons que les sujets 1 et 2 ont de très bonnes représentations au vin et qu'ils en boivent.

Le sujet 3 a des représentations au vin un peu moins bonnes et justement, ne consomme du vin que très rarement *: « Pour moi le vin ça fait un peu vieux… Mais ce n'est pas péjoratif… plus comme une bonne boisson que l'on peut déguster… Quelque chose de plutôt noble… Mais vraiment ce côté antiquité, vin que l'on déguste… »* (S3). De plus le sujet 3 n'associe pas le vin à la fête, contrairement à ses ainés : « *I : Le vin n'est pas un alcool de fête ? S : Non, c'est plus comme ça pour un repas, quelque chose comme ça, ce n'est pas comme un alcool fort que tu prends pour t'amuser, moi je dissocie les deux. »* Le sujet 4 a de bonnes connotations au vin, mais il l'associe plus aux parents. « *C'est l'alcool des grand, celui de nos parents… heu… c'est plutôt réservé aux repas, c'est pas pour l'apéro ».*

De ce fait, les sujets 3 et 4 sont éloignés de l'objet qui ne « correspond pas à leurs attentes » comme nous l'expliquait Jean-Pierre Corbeau. Nos sujets 1 et 2 parlent de vin en s'imaginant vivre le moment. Par exemple, elles nous parlent de convivialité, de classe et s'imaginent leur tenue vestimentaire. A contrario, les sujets 3 et 4 ne s'imaginent pas en train de boire du vin, ils remettent cette action à plus tard. Cela reste pour eux un moment qu'ils vivront ultérieurement. Cela est sûrement lié au fait qu'ils ne consomment pas pour le moment. Nous voyons donc que suivant les représentations, les boissons consommées vont changer. De même que pour les besoins, nous comprenons donc qu'il y a des alcools adaptés à chaque besoin. Ceci n'est pas anodin, le coût rentre sûrement en jeu.

2.2 Le niveau de vie

Bien qu'il y ait un alcool pour chaque âge, il y a également un mode de vie pour chaque âge. Nous avons construit un tableau représentant pour chaque tranche d'âge, le type d'alcool consommé et le coût qu'il demande, toujours en rapport avec nos entretiens.

TABLEAU N° 7 : CONSOMMATION D'ALCOOL EN FONCTION DE L'ÂGE ET ESTIMATION DE BUDGET

AGE	ALCOOL CONSOMMÉ	BUDGET
A partir de 15 ans	Alcools fort dilués Vin blanc en cubi	Exemple pour une vodka : 10€ les 75cl Si 5cl d'alcool dans un verre ➔0.60 le verre 1€35 le litre de vin blanc en cubi de 5 Litres
Vers 18 ans	Alcool fort Vin rouge/blanc	Vin Blanc AOC Bordeaux moelleux Compté de Valois 3€94 le litre
De 20 à 22 ans	Meilleur vin rouge Conservation des alcools forts	Vin Bordeaux AOC supérieur Techeney 7€94 le litre
Après 23 ans	Alcool fort pour « déguster » Vin de meilleure qualité	Gin « Bombay saphire », 28€ les 70cl

SOURCE : WWW.COURSEU.FR

Nous remarquons donc qu'avec l'âge, les types de boissons consommés sont plus nobles et onéreuses. Pour conclure sur ce deuxième sommet du « Triangle du manger », la boisson va être différente mais elle dépendra surtout du buveur, de son âge, de son niveau de vie, de ses envies et des représentations. Nous allons enfin terminer cette hypothèse avec le troisième sommet qui représente la situation et nous allons voir qu'unanimement, tous nos sujets sont influencés.

3. La situation

« Les attitudes et comportements changent selon les individus mais aussi selon les situations dans lesquelles ils se trouvent impliqués ». De plus, Jean Pierre Corbeau nous explique que par la consommation d'un alcool, on peut aussi chercher « une inclusion dans un groupe de référence.» (Meiller, 2003 p.55) Nous traiterons donc ici d'influence de situation et d'influence des pairs.

Nous allons séparer cette partie en deux sous-parties, en commençant par l'influence de la situation.

3.1 Le contexte guide le consommateur

Chaque sujet aura des considérations différentes envers le vin. Cependant, le contexte et le lieu où les sujets se trouveront vont les influencer. Nous remarquons aussi que tous nos sujets associent le vin au « repas » et l'alcool à la « fête ».

Premièrement, le sujet 1, nous dit que ses consommations *« dépendent du contexte […] dans un contexte je serai amenée à boire du vin, mais dans un autre contexte je serai amenée à boire de la bière… Ça dépends si c'est aller boire un coup en fin d'après-midi bhen c'est une bière. Si c'est passer la soirée ensemble bhen il y aura peut-être et sûrement une bouteille de rouge avec les apéritifs. »*

Le sujet 2 est également influencé par le contexte : « *tout ce qui est alcool genre Vodka Gin tout ça bhen ça va être plus négociable pour moi de le boire en fin de soirée, quand je suis déjà saoule… Disons que le vin je le vais le boire quand je suis sobre, vraiment dans le but d'apprécier le truc et il y a d'autres alcool que je vais boire aussi dans ce contexte là mais que je vais aussi apprécier dans un autre contexte un peu plus tard dans la soirée …le contexte va influer ».* Également, elle sera influencé par lieu : *« le lieu va vraiment m'influer sur ce que je vais choisir. »*

Enfin, les sujets 3 et 4 sont aussi influencés par le contexte et différencient clairement les repas, des fêtes *: « ce n'est pas dans les mêmes situations, le vin pour un repas, et les alcools pour les soirées. » (S3) « Bhen le vin c'est […] genre à table… et l'alcool c'est dans le but de m'amuser, pour être plus joyeux, pour faire la fête, pour se libérer un peu plus (S4).*

Grâce à cette première analyse, nous remarquons que nos sujets auront des consommations différentes selon s'ils se trouvent dans une soirée ou autour d'un repas. Cela dépendra aussi du lieu où ils se trouvent. Dans la partie suivante, nous allons voir que les pairs influencent également nos jeunes buveurs.

3.2 Les pairs influencent le jeune consommateur

Tous nos sujets se trouvent dans des cercles sociaux différents. Ils vivent des moments de convivialité en famille ou entre amis. Selon chaque groupe social dans lequel ils se trouvent et la situation, ils seront amenés à avoir des comportements différents.

Commençons par notre sujet 1, qui met l'accent sur le fait que sa meilleure amie aimant le vin rouge ait réussit à l'influencer à en boire, alors qu'elle n'aimait pas cela avant. « J'ai *commencé à boire avec ma meilleure amie, on avait un rituel de vendredi c'était soirée film et vin. C'est elle qui m'a fait goûter mes premiers vins rouges, en plus elle aime les vins tanniques... »*

Le sujet 2 semble également être influencé par ses pairs et par le lieu : *« bhen typiquement si on est dans un bar à vin, ou si les gens autour de moi boivent du vin, ou si on est dehors et qu'il fait froid ou qu'on est en été en terrasse, ça peut être sympa en été de boire du rosé et en hiver de boire du vin rouge ».*

Voici une partie de l'entretien avec le sujet 2, que nous devons montrer car il prouve à quel point l'influence des pairs est forte. Dans un premier temps, la personne interrogée nous dit qu'elle ne boit pas la bière pour son goût : « *Ah oui aussi avec la bière il y a aussi ce côté ou j'ai juste envie de boire un verre parce que c'est frais et ce n'est pas pour le goût » « j'aime le goût mais ce n'est pas pareil, le goût est léger, c'est presque comme boire un coca, enfin dans l'idée de prendre un truc « ledge ». Mais aussi quand je n'ai pas d'idée, que tout le monde prends de la bière ».*

Nous voyons déjà la première approche de l'influence des pairs. Puis l'entretien poursuit…

I : Consommes-tu autant d'alcool que de vin ?

S : Hum, je bois plus d'alcool que de vin. Disons 50% de bière 40% de vin et 10 le reste.

I : C'est étonnant car tu m'as dit que tu n'aimais pas trop la bière…

S : Bhen ouais mais c'est parce qu'il y a souvent cette situation où tu vas boire vite fais un verre des potes et il y a des chips et des bières quoi, même t'as même pas l'option en fait. Ya beaucoup de situations où t'as juste les bières sur la table. Et comme le vin c'est quand même un contexte assez particulier heu il y a pleins d'occasions où ce n'est pas le monde dans lequel je suis en fait… C'est un alcool mais c'est pas du tout la même approche, je peux en boire n'importe quand alors que le vin ce n'est pas le même contexte.

I : Et si dans cette situation tes amis buvaient un autre alcool que la bière, tu ferais pareil ?

S : Je pense que ça pourrait m'influencer oui.

Nous voyons donc ici, grâce à l'entretien 2, que cette jeune fille est totalement influencée par les personnes avec qui elle se trouve, notamment quand elle nous dit que si ses amis buvaient autre chose, elle ferait sûrement de même.

Le sujet 3 elle, qui boit « *dans le but de s'amuser, pour faire comme tout le monde »,* tout comme le sujet 4 qui boit du vin dans le but de *« faire comme les autres »,* semblent eux aussi influencés.

Pour conclure, nos sujets semblent totalement entrer dans notre hypothèse 2 qui était : « le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs ». Effectivement, nous constatons que nos sujets sont influencés, leur propre situation et selon la situation, le contexte et donc les personnes avec qui ils se trouvent. Cela nous pousse donc à ne pas modifier notre hypothèse et nous donne l'envie de la vérifier à grande échelle.

Chapitre 3 : Étude de l'hypothèse 3 : L'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé.

Afin de terminer sur nos hypothèses, nous allons à présent traiter la troisième et dernière. Dans celle-ci, nous postulons que les jeunes ont une image du vin associée au luxe et à la sophistication. De ce fait, ils repousseront leurs consommations à un âge plus avancé. Via cet âge, nous avons vu que leurs consommations seront plus modérées. Nous pensons aussi que les jeunes adultes vont respecter les pratiques de savoir boire et de modération qu'impose la société. Nous verrons que les jeunes ont peur de l'alcoolisme et de l'image du stéréotype français avec son béret, sa baguette de pain et sa bouteille de « rouge qui tâche ». Ce Français là était valorisé auparavant. Nous avons vu que les vins consommés aujourd'hui sont différents, vers plus de vins AOC. A travers l'étude de nos entretiens, nous allons voir si nos sujets associent ou non le vin au luxe et si en cela, ils repoussent leurs consommations. Nous essayerons aussi de voir si nos jeunes ont peur ou non de l'alcoolisme à cause du vin.

Nous allons commencer par voir comment nos sujets gèrent la peur de l'alcoolisme, si peur il y à. Débutons par le sujet 1. Alors que celle-ci buvait des alcools forts, parfois trop, elle ne se posait pas de question concernant le risque de devenir alcoolique. Cependant, devenant plus mature, celle-ci nous à confié lorsque nous lui avons demandé si elle souhaitait reproduire le schéma de ses parents, que « *Non... Enfin je n'ai pas tellement envie de devenir alcoolique ».* La peur de l'alcoolisme ressort ici. Les sujets 2 et 3 n'évoquent pas l'alcoolisme. Contre toute attente, alors que le sujet 4 est encore dans une période ou il « boit pour boire », sans modération, il avoue que *« boire trop de vin ça fait alcoolique… Vaut mieux déguster, faut pas que ça devienne habituel de boire du vin, c'est mieux si c'est exceptionnel ».* Ceci peut paraître très paradoxal, car notre sujet dit qu'il faut boire peu de vin afin de ne pas devenir alcoolique, mais en revanche, il boit jusqu'à *« une bouteille »* notamment si c'est *« une bonne soirée ».* Le savoir boire est donc intégré chez le sujet 4 mais pas appliqué. Nous pensons que cela viendra avec l'âge, comme pour ses aînés, les sujets 1, 2 et 3.

Voyons à présent si nos sujets associent le vin au luxe. Tout d'abord le sujet 1 associe le vin à une boisson que l'on prend pour se distinguer, elle compare le vin à la bière : *« pour moi la bière c'est le coté camionneur (Rire)… Par exemple je me verrais pas boire un verre de vin devant un match de foot ou de rugby, même si certain le ferai moi non, moi c'est bière et cacahuètes »* Par contre, elle n'associe pas le vin au « *luxe, peut être que c'est plus distingué ».*

Le sujet 2 n'associe pas le vin au luxe non plus. Par contre, elle trouve que le vin est « classe », elle le boira dans certaines occasions. Elle ira jusqu'à s'habiller d'une manière différente si elle boit du vin. Comme pour le sujet 1, nous sommes également dans un processus de distinction étudié en partie 1 grâce à l'approche de Pierre Bourdieu. « *C'est clairement plus classe que d'autres alcools, donc potentiellement si je suis dans un contexte un peu… je ne sais pas un contexte un peu class ou genre, je vais draguer ou autre chose, il y a des chances… je vais plus aller vers le vin que d'habitude. Du coup je trouve ça encore plus intellectuel, ya un côté un petit peu classe aussi. Voilà je ne sais pas mais je n'associe pas le vin à une rave party, je vais plutôt acheter une jolie robe enfin pas forcément mais être au moins un peu class ».*

Le sujet 3, qui boit du vin 5 fois par an et surtout au restaurant, pense que le vin est une « *bonne boisson que l'on peut déguster… quelque chose de plutôt noble ».* De plus elle boit le vin dans un contexte particulier, au restaurant, lieu où il est « bien vu » de se distinguer.

Enfin et contre toute attente, le sujet 4, n'associe pas du tout le vin au luxe, ni à la sophistication. Cela est peut-être dû au fait qu'ils ne boivent que du vin en cubi lors de soirées arrosées, ou du rosé piscine l'été.

Face à cela, nous avons interrogé les jeunes afin de voir si selon eux, il y a une « bonne manière « de boire du vin. Voici les réponses de chacun.

Le sujet 1 pense que la bonne manière de boire du vin est de le boire « *uniquement pour le plaisir ».*

Le sujet 2 trouve que *« c'est beaucoup plus appréciable pendant le repas. Après ce n'est pas forcément une mauvaise idée en dehors des repas… oui aussi de le boire comme un adulte… pas de boire de la « vinasse » comme un débile à la bouteille, c'est quand même un truc qui a un goût et qui peut être hyper bon si tu essaies de l'apprécier et qui peut être hyper mauvais si tu bois ça n'importe comment, et finir déchiré à 4 grammes sans savoir ce que tu bois. »*

Pour l'instant, les avis sont unanimes, la bonne manière de boire du vin est de le boire avec modération. Cependant, aucun jeune ne fait référence au processus de dégustation du vin que nous décrivions en première partie. Pour rappel, ce processus était le suivant :

- examen visuel ;
- premier nez ;
- aérer le vin ;
- second nez ;
- dégustation.

Lorsque nous avons demandé au sujet 3 s'il y avait une bonne manière de boire du vin, voici ce qu'il nous a répondu : « *bhen comme je disais au début le vin ce n'est pas quelque chose qu'on boit comme ça pour boire... enfin par rapport au whisky le vin c'est plus noble donc ce n'est pas à boire comme ça... enfin comme je dis dans des repas, et pas forcément pour boire de l'alcool et être saoul* ». Ici aussi, la réponse de notre sujet tend à ressembler à celle de ses aînés. Enfin, voici la réponse de notre sujet 4, qui pour l'instant sortait des sentiers battus : « *Heu je ne sais pas tu prends ton verre et tu bois (rire)…. ton ironique : Je sais, il faut trouver les saveurs…* ». Étonnamment, notre sujet est le seul à évoquer un minimum le processus de dégustation du vin en nous parlant de « trouver les saveurs ». Mais, sa réponse nous montre clairement qu'il est encore au stade du « boire pour boire » et qu'il ne boit pas du tout dans un but de plaisir.

Au fur et à mesure que nous avançons dans l'analyse de nos entretiens, nous nous rendons compte qu'il y a de fortes chances que celle-ci soit incomplète. Effectivement, celle-ci ne prend en compte ni la peur de l'alcoolisme, ni le vécu de chacun, qui, nous allons le voir, pourrait être un point important.

Afin de compléter cette hypothèse, nous allons revenir sur les autres alcools en lien avec le vécu. En cela, nous avons remarqué que nos sujets 1, 2 et 3 évoquent le fait qu'ils aient ressenti une sorte de honte et de malaise, les lendemains de soirées trop arrosées.

Voici les témoignages de nos sujets. Le sujet 1 nous dit qu'elle a « *tellement été écœuré des gueules de bois le lendemain* », que maintenant elle *« appréhende »* et ne peut plus boire certains alcools.

Le sujet 2 nous parle de ses lendemains de soirées difficiles : *« le vin le lendemain matin ça fait très mal à la tête aussi, ça m'est arrivé il y a encore pas très très longtemps, mais j'essaie de pas trop faire ça quoi ».*

Le sujet 3 nous dit qu'elle a diminué ses consommations d'alcool après s'être rendu compte des risques auxquels elle s'exposait : « I : *C'est important ce savoir boire ? S : Ouais, quand je vois des jeunes qui sont en troisième ou seconde comme quand moi je buvais, je me dis « ho j'étais peut-être un peu pareil » déjà dans le comportement, et tout ce qui est coma… ça y joue aussi… ».*

Le sujet 4 n'étant pas encore responsabilisé n'aborde pas ce type de prise de conscience.

Pour terminer sur cette hypothèse, voici ce que nous retenons de l'analyse de nos entretiens. Nous remarquons que les jeunes n'associent pas tellement le vin au luxe, le mot est trop fort. Ils l'associent plutôt à la sophistication, au raffinement, à la « classe » et à la distinction. De plus, ce symbole ne suffit pas. Nous nous rendons compte que l'effet d'expérience, venant avec l'âge va amener l'association du vin à la sophistication et avec ceci, toute une remise en cause concernant les consommations. Ce qui veut dire que la honte de certains lendemains de soirées, le mal être des gueules de bois amènent le jeune à boire avec modération. De plus, la

prise en compte de l'existence de l'alcoolisme va faire que les jeunes vont être plus attentifs à leurs consommations.

Nous pouvons conclure en montrant qu'il se dégagerait de notre hypothèse 3 une quatrième hypothèse, qui est la suivante : «l'âge, la maturité ainsi que de mauvais souvenirs de lendemains de soirée vont entraîner la remise en question de comportements à risque avec une association du vin à la sophistication et au raffinement ».

Conclusion

Le but de cette partie était, nous le rappelons, de voir si nous étions ou non en bonne voie concernant nos hypothèses. De ce fait, nous pourrons ensuite traiter la troisième partie dans laquelle nous programmerons des démarches afin de valider ou non chaque hypothèse. Il est donc intéressant de voir de suite si nos hypothèses semblent vraies, afin de ne pas faire toutes les démarches d'entretien en vain.

Rappelons nos trois hypothèses :

- L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte.
- Le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs.
- L'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé.

L'hypothèse 1 nous paraît correcte, car l'âge est un facteur qui ressort dans toutes les hypothèses. Plus que l'âge, c'est même la maturité qui pousserait au savoir-boire. Lors de l'étude de master 2, lorsque nous serons face à un échantillon complet, nous pourrions chercher à comprendre s'il y a réellement une rupture, ou un évènement dans la vie de jeune, qui va faire basculer les tendances. Nous allons aussi chercher à comprendre à quel âge les tendances commencent à s'inverser. De même et grâce à un regard sociologique, il serait crucial de comprendre si l'âge et/ou l'évènement en question sont généraux, une sorte de déterminisme social ou propre à chaque jeune, afin d'adopter un point de vue déterministe ou individualiste.

L'hypothèse 2 nous paraît également correcte. Tout comme le mangeur pluriel, le buveur nous semble également être pluriel et s'adapte au « Triangle du manger » de Jean Pierre Corbeau.

L'hypothèse 3 pourrait elle aussi être correcte, effectivement, tous nos sujets associent le vin au luxe, la classe et la sophistication. Dernier point afin de conclure cette partie, nous constatons qu'il se dégage une quatrième hypothèse que nous n'avions pas prise en compte avant nos entretiens exploratoires. Celle-ci prendrait en compte les facteurs « peur de l'alcoolisme » et vécu du jeune adulte. Nous prendrons en compte cette hypothèse dans la partie suivante, dans un moindre mesure que les autres cependant, car nous n'avons pas la connaissance nécessaire. Un travail d'état de l'art serait alors à prévoir afin de traiter au mieux cette dernière.

Bien évidemment, passer à un échantillon plus large modifiera peut-être nos hypothèses. Nous allons dans la partie suivante, aborder notre procédé dans l'optique de nous rendre sur le terrain durant l'année de master 2.

Partie 3 : MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE

Introduction

Après le travail de conceptualisation ainsi que la démarche concernant l'explication de nos hypothèses, nous devons à présent expliquer le processus à développer afin de recueillir toutes les informations nécessaires pour affirmer ou infirmer nos hypothèses. Cette partie se décomposera donc en plusieurs chapitres. Premièrement, nous exposerons une à une toutes les méthodes que nous avons sélectionnées pour l'année prochaine. Nous les expliquerons une à une en décrivant leur fonctionnement, leurs avantages et les erreurs à éviter.
Dans un second temps, nous réserverons quatre chapitres à l'application de ces méthodes en lien avec nos hypothèses. Nous débuterons par une partie commune à toutes les hypothèses. Il s'agira de la méthode quantitative qui s'effectuera à l'aide d'un questionnaire dans l'optique d'être représentatif sur l'ensemble de notre travail.
Puis, les trois derniers chapitres traiteront de la méthodologie associée à chaque hypothèse :

- Pour l'hypothèse un : **« l'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte »,** nous utiliserons la méthode du « récit de vie ».

- L'hypothèse deux, **« le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs »,** sera étudiée grâce à des focus group.

- Pour l'hypothèse trois : **« l'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé »,** nous utiliserons la méthode des entretiens semi-directifs ainsi que celle de l'observation.

Chapitre 1 : Les différentes méthodes

Dans cette partie, nous allons développer et expliquer une à une toutes les méthodes choisies pour l'ensemble de nos hypothèses, le but étant de comprendre le fonctionnement et l'utilité de ces méthodes, mais aussi de prouver que nous utiliserons celle qui convient le mieux. Cette partie restera donc très théorique. L'application de chaque méthode en lien avec notre sujet se trouvera dans le chapitre suivant, où nous exposerons par hypothèses, les grilles d'entretiens, d'observation ou encore le questionnaire créé dans l'optique d'un travail de master 2.

Nous traiterons des méthodes qualitatives avant de traiter des méthodes quantitatives, car c'est l'ordre que nous comptons suivre lors de l'application sur le terrain. Effectivement, il ne faut pas opposer ces deux démarches, qui au final se complètent, dans le sens où les comportements repérés dans le quantitatif, nous permettront de mieux cibler le qualitatif. Pierre Bréchon nous explique qu'il est essentiel d'appliquer les deux méthodologies au même sujet afin d'obtenir des conclusions complémentaires. (2011, p 30)

1. Les méthodes qualitatives

Les méthodes qualitatives sont nombreuses. Bien que peu représentatives, elles seront cruciales pour la réalisation du questionnaire et nous permettront sûrement de déceler des attitudes particulières en lien ou non avec nos hypothèses. Les méthodes utilisées et développées par la suite sont celles dites compréhensives. Ainsi, nous aborderons :

- Le récit de vie
- L'entretien semi-directif
- Le focus group

Dans un premier temps, nous expliciterons les méthodes ci-dessus. Puis, dans un point commun aux trois méthodes nous traiterons de l'élaboration d'un guide d'entretien avant de donner quelques suggestions concernant son bon déroulement.

1.1 Les entretiens « semi-directifs »

Les entretiens semi-directifs font partie des méthodes les plus utilisées en sociologie. A l'aide d'un guide d'entretien, l'enquêteur va recueillir les données, sans enfermer « l'interviewé

dans des questions prédéfinies, ou dans un cadre fermé. »[31] L'enquêteur laissera la possibilité à l'enquêté de « développer et d'orienter son propos, les différents thèmes devant être intégrés dans le fil discursif de l'interviewé. »[31] L'interviewé gardera donc une certaine marge de liberté dans ses réponses. Grâce à cela, le climat installé sera beaucoup plus propice à l'échange, notamment car nous allons utiliser le tutoiement lors de nos entretiens. De plus, il est très important que la personne interrogée se sente à son aise car, dans le but d'utiliser au maximum les données fournies par nos entretiens, nous allons devoir enregistrer nos sujets. Il sera donc important d'informer sur ce point, en précisant que l'entretien est anonyme. Ainsi, le calme du lieu sera primordial afin qu'enquêteur et enquêté soient suffisamment concentrés, mais aussi que l'enregistrement vocal soit de bonne qualité. Enfin, le fait d'être seul à seul avec l'interrogé permettra que ce dernier se sente suffisamment à l'aise et se confie, sans avoir peur qu'une tierce personne entende ses propos.

Afin de nous baser sur un nombre d'entretiens minimum, nous nous appuierons sur le « principe de saturation » qui prétend qu'entre 20 et 30 entretiens nous ne collecterons plus que les mêmes informations. Il sera donc important de savoir se réguler afin de ne pas travailler en vain. Les informations recueillies devront ensuite être retranscrites puis étudiées afin de repérer des « comportements type ». Il nous sera ensuite plus aisé de mettre en relation nos entretiens avec le futur questionnaire.

Après avoir abordé la méthode de l'entretien semi directif, nous allons mettre en exergue celle du récit de vie. Afin d'éviter des points de redondance, le principe de saturation, le calme du lieu ou encore le tutoiement ne seront pas abordés par la suite, car ces points sont communs à l'entretien semi directif, au récit de vie ainsi qu'au focus group.

1.2 Le récit de vie

La méthode du récit de vie prend sa place dans les méthodes « biographiques ». Elle consiste en la réalisation d'entretiens durant lesquels l'interrogé va donner le récit de son « vécu quotidien passé ou présent ». (Mucchielli, 2009 p.229) Selon Geneviève Pruvost, ce type d'entretien n'est pas basé sur un « jeu de questions/réponses à partir d'une grille d'entretien, mais sur l'énoncé d'une consigne initiale qui invite le narrateur à faire le récit de la totalité chronologique de sa vie ou d'une partie ». Le but de ce type d'entretien est de « saisir des logiques d'action » et de mettre en lumière « les phénomènes sociaux dans un enchaînement de causes et d'effets. » Même si le « récit de vie » n'est pas basé sur un guide d'entretien à proprement parler, l'interviewer devra tout de même réaliser une trame liée à son

[31] https://eureval.files.wordpress.com/2014/12/ft_entretien.pdf

hypothèse et problématique, afin de rester au maximum dans son sujet. La trame « évoque l'idée d'un cadre organisé mais lâche ». (Mucchielli, 2009 p.231) Durant l'entretien, l'interviewer doit « s'abstenir de toute réactivité », il devra faire en sorte que le sujet se sente suffisamment en confiance afin de se livrer. Si par mégarde la personne interrogé venait à s'éloigner du sujet originel, l'interviewer devra ramener ce dernier vers le thème sans en avoir l'air, par « une demande de répétition anodine ».

Voilà ce qu'il en est pour la description de la méthode du récit de vie. A présent, expliquons ce qu'est un focus group.

1.3 Le focus group

Le « Focus group » pourrait être traduit par « Groupe d'expression » ou entretien de groupe. Selon Alain Moreau, le focus group est une technique qui permet de collecter des informations sur un sujet ciblé. Grâce à elle, nous aspirerons à « mieux comprendre des opinions, des motivations ou des comportements». (Moreau, 2014) Autre point important, le focus group pourrait « faire émerger de nouvelles idées inattendues pour le chercheur. » Pour cela, « au lieu de faire un entretien semi-directif avec un seul individu, on y invite en général entre six et douze participants qui doivent être évidemment méticuleusement sélectionnés : une certaine diversification peut être recherchée mais il faut aussi que le groupe ne soit pas trop hétérogène pour que la discussion soit facilitée. » (Bréchon, 2011, p11) L'intéressant dans le focus group, sera donc par définition la dynamique de groupe que le chercheur devra arriver à faire surgir. S'il y arrive, il devrait naître une synergie ou au contraire des oppositions entre les membres du groupe. L'idée est de faire en sorte de « stimuler différents points de vues par la discussion », afin que chaque participant défende « ses priorités, ses préférences, ses valeurs et son vécu ». (Moreau, 2014) De plus, la discussion permettra aux participants d'avancer de nombreux arguments, ainsi, ils préciseront et clarifieront leurs pensées. Le chercheur pourra aussi compter sur « l'expression sans tabou de certains » afin de « lever les inhibitions des autres. » (Moreau, 2014) L'intérêt de cette technique est donc « l'interaction entre les membres du groupe qui favorisera une mise en évidence des attitudes et justifiera la place de cette technique parmi les techniques de groupe ». (Grawitz, 2000, 793)

Afin de suivre une ligne directrice qui correspond à nos hypothèses, l'enquêteur devra réaliser une « demi-douzaine de questions courtes et claires ». Les questions posées sont « ouvertes » et permettent de « stimuler le travail du groupe ». (Moreau, 2014)

Le focus group n'est pas un travail que l'enquêteur pourra réaliser seul. Il aura obligatoirement besoin d'un animateur ou modérateur qui « lance la discussion, fait rebondir les débats,

favorise l'expression de tous ». (Bréchon, 2001, p 11) Nous entendons par là qu'il devra freiner ceux qui mobilisent la parole et solliciter ceux qui n'osent pas s'exprimer. De plus, il ne devra pas hésiter à relancer, enrichir, demander de développer et introduire les différents thèmes. Le modérateur sera aidé d'un « observateur » en charge de la prise de note et de l'observation des différentes attitudes. Attention cependant à ce que la dynamique de groupe n'ait pas un effet pervers, c'est-à-dire qu'il n'y ait pas un leader qui « monopolise la discussion et arrive à convaincre les autres participants qui n'avaient au départ pas beaucoup d'opinion ». (Bréchon, 2011, p.29)

Après avoir décrit ce qu'est un entretien semi directif, un entretien « biographique » ainsi qu'un focus group, nous allons à présent traiter des étapes de réalisation d'un entretien, communes aux trois méthodes explicitées.

1.4 Les étapes de réalisation

Nous allons maintenant mettre en lumière la conduite de l'entretien et nous poursuivrons avec les modalités de réalisation d'un guide d'entretien.

1.4.1 La conduite des entretiens : Les 4 temps

Nous allons le voir, un entretien se déroule en 4 temps. Cela est commun à chaque méthode. Nous allons donc aborder la prise de contact avec les sujets, le début de l'entretien, l'entretien en soi et nous terminerons par la fin de l'entretien.

- La prise de contact

Créer une relation de confiance avec le sujet, avant l'entretien, est important. Il est important que l'enquêteur se présente correctement et se mette au même niveau que l'enquêté. Cela passe par la tenue vestimentaire. Par exemple, si nous interviewons un PDG, je devrai adapter ma tenue afin de me mettre au même niveau que lui. Cela veut dire que nous devrons « exhiber le statut social le plus adapté à la situation (jeune, étudiant, salarié…). Ensuite, l'enquêteur devra présenter le sujet, sans en dire trop pour ne pas biaiser, mais assez pour que la future personne interrogée « s'imprègne » de l'entretien. (Bréchon, 2011 p48) Ensemble, enquêteur et enquêté choisiront la date et le lieu. Le lieu est un élément clef pour permettre le bon déroulement d'un entretien compréhensif. Celui-ci devra être « neutre, agréable et convivial, dans une atmosphère détendue ». (Moreau, 2014)

- Le début de l'entretien

Toujours dans un but d'établir la confiance avec l'interrogé, l'enquêteur devra mettre en place les « conditions d'une expression libre ». (Bréchon, 2011, p.52) Pour cela, il devra préciser à son sujet que l'entretien est enregistré voire filmé pour le focus group, tout en ajoutant qu'il reste totalement anonyme et que les données seront utilisées uniquement dans le but d'un travail académique.

- L'entretien

L'entretien permet à l'enquêté de le « confirmer dans sa capacité d'expression ». (Bréchon, 2011, p.56) En cela, il est impératif que le sociologue « adopte un comportement d'écoute » c'est-à-dire qu'il reste « neutre ». Le but étant de « comprendre ce qui est dit, tout autant que ce qui n'est pas dit ». (Bréchon, 2011, p.56)

Les relances font parties de l'écoute. Elles doivent être effectuées au bon moment pour ne pas perturber la personne interrogé ou la couper. Il existe plusieurs types de relance : (Bréchon, 2011, p.58)

- les relances interrogatives : « lorsque l'enquêteur pose une question à l'enquêté » ;
- les relances réitératives qui consistent à « répéter le point de vue de l'interrogé » ;
- les relances déclaratives qui poussent l'enquêteur à donner un « point de vue qui prolonge celui de l'enquêté ».

- La fin de l'entretien

Pour savoir si un entretien est terminé, il y a plusieurs moyens. Soit tous les thèmes sont abordés et l'entretien se conclut. Soit par « principe de saturation », qui consiste en la diminution de productivité de l'entretien, ce qui veut dire que l'on « recueille de moins d'informations nouvelles et de plus en plus d'informations redondantes » (Bréchon, 2011, p.59). Dans ce cas-là, l'entretien doit se conclure. Nous n'oublierons pas de remercier le sujet du temps qu'il nous a consacré.

- La création du guide d'entretien

Que cela soit pour le focus group ou l'entretien, ces 2 méthodes requièrent la création d'un guide d'entretien. Pour le récit de vie nous nous contenterons d'une trame d'entretien de 6 à 10 questions et non d'un guide d'entretien. La méthode de création d'un guide d'entretien est

la suivante. Dans un premier temps il est de rigueur de regrouper les grands thèmes à aborder en rapport avec notre problématique et hypothèses dans de grandes parties successives. Puis, la rédaction d'un guide d'entretien devra se faire en « entonnoir », c'est-à-dire des questions les plus générales vers les plus précises et délicates. Le guide d'entretien devra ensuite être testé afin de vérifier la clarté des questions posées. Enfin, nous définirons les critères de recrutement des participants, le but étant de choisir « des personnes qui s'opposent à priori sur différents critères » afin d'être un minimum représentatif. (Bréchon, 2011, p33)

La partie la plus longue et délicate restera l'étude des données. Effectivement, chaque entretien devra être retranscrit et analysé afin de voir les principaux éléments ressortant. Ici, nous essaierons de trouver des logiques d'actions communes à plusieurs personnes interrogées. Ce travail sera semblable à l'analyse de nos entretiens exploratoires dans la partie 2.

1.5 L'observation

Pour terminer, sur les méthodes qualitatives, nous allons traiter de l'observation. Le but de l'observation est de « traduire des observations de terrain en concepts et réflexions ». (Hatzfeld, Spielgestein, 2000 p.67)

Les points essentiels de cette méthode sont les suivants :

- Observer, ce n'est pas voir :

La différence entre observer et regarder est la suivante : l'observation est « active » alors que « voir est passif ». Notre mission sera de chercher, scruter et prêter attention. (Hatzfeld, Spielgestein, 2000, p.68) Nous devrons donc opérer à des tris, afin de trouver dans un lieu donné des sujets qui pourraient correspondre à notre recherche. Observer va donc plus loin que voir sans « se poser de question », il faut « s'interroger sur ce que l'on observe ». En cela, l'observation impliquera une attitude particulière : « la recherche de sens ». (Hatzfeld, Spielgestein, 2000, p.69)

Selon un compte rendu de Yankel Fijalkow[32] sur l'observation, « on peut distinguer différents domaines à noter » :

- « les actions et leurs influences » : il est important de relever des informations sur « le milieu » c'est-à-dire le jour, l'heure, la durée, ainsi que d'autres aspects qui peuvent « influer sur l'action ». On relèvera également les gestes, interactions, expressions verbales et non verbales associées ;

[32] http://sociologie.celeonet.fr/

- les groupes sociaux observés ainsi que le comportement des participants : propos exprimés, jargon ou argot autour du vin ;
- les dispositifs matériels : le type de lieu, les tenues vestimentaires, l'adaptation de l'individu envers le lieu.

- Observer, c'est comprendre

Rechercher du sens, c'est aussi « trouver une logique à ce que l'on voit ». Se demander quelles sont les « causes et les conséquences » de certaines actions observées. Ainsi, selon Hélène Hatzfeld et Jackie Spielgestein, la démarche d'observation est la suivante :

- analyser les caractéristiques des personnes concernées ;
- mettre ces données en relations avec d'autres ;
- interpréter ces relations.

Ainsi, grâce à nos connaissances, nous pourrons donner du sens à ce que l'on observe et en rendre compte.

- Observer c'est analyser et organiser

Chaque observation doit être organisée et analysée selon des questions posées auparavant. Nous allons ci-dessous rendre compte d'une grille d'évaluation type, effectuée par Harold Lasswell, permettant « d'analyser et contrôler un processus de communication ». Cette grille sera ensuite modifiée et adaptée à notre situation.

FIGURE N°11 : GRILLE D'ÉVALUATION TYPE

Analyser et organiser ses observations

Qui ? Qui est concerné ? Combien de personnes ? De quel statut ? Quel sexe ?…
Quoi ? Que font précisément ces personnes ? Quelle est la demande ? Quel est le problème exact ? Comment se caractérise-t-il ?…
Où ? Dans quelle ville ? quel quartier ? Dans quel service de l'entreprise ?…
Quand ? À quel moment de l'année, de la semaine, de la journée ? Depuis combien de temps ? Avec quelle fréquence ? Dans quel contexte ?…
Comment ? Comment s'expriment les demandes ? Quels comportements ont les personnes ? Quels termes emploient-elles ? Comment est appliquée une mesure ? Comment est-elle ressentie par les intéressés ?…
Pourquoi ? Quels sont les motifs, les raisons des actions, des problèmes ?
Pour quoi ? Quels sont les enjeux ? Dans quels buts, avec quelles fins les personnes agissent-elles ainsi ? Quelle est la stratégie de ce groupe ? Quelle est la finalité de la décision prise ?
Avec quels résultats ? Quels sont les effets d'une mesure, d'une décision, d'un problème : effets pour les personnes directement concernées (financiers, psychologiques…) ; effets pour le groupe, le service, les gens dans le même cas (relations, efficacité…) ; effets pour la ville, le secteur, l'entreprise (image, rentabilité…) ; effets aussi pour les intervenants sociaux (réorganisation du travail ; acquisition de nouvelles compétences…).

SOURCE : MÉTHODOLOGIE DE L'OBSERVATION SOCIALE : COMPRENDRE, ÉVALUER, AGIR (HATZFELD, SPIELGESTEIN, 2000 P.70)

Après avoir recueilli les données d'observation, nous devrons ensuite les nommer, les classer et les compter ci-possible, afin de voir quelles attitudes en ressortent le plus. Nous œuvrerons ensuite à la comparaison des comportements observés avec notre hypothèse.

La partie suivante sera consacrée à l'explication des méthodes quantitatives.

2 Les méthodes quantitatives

2.1 Questionnaires quantitatifs

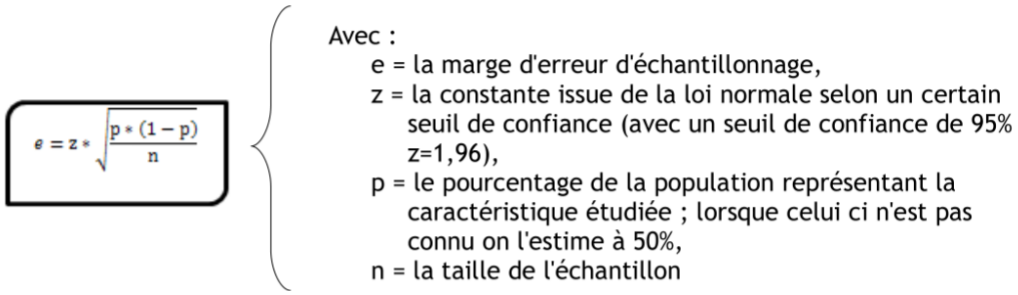
Afin de pouvoir répondre à notre problématique ainsi qu'à toutes nos hypothèses et dans un but de représentativité, nous avons décidé de mener une étude quantitative. Cette étude serai basée sur un questionnaire qui nous permettra de balayer d'une traite toutes nos hypothèses. L'objectif de la méthode quantitative est de mesurer les opinions et comportements. Grâce à elle, nous pourrons également mettre en lumière les déterminismes sociaux, comme l'âge et le sexe.

Nous pourrons également croiser des données entre elles afin de trouver des corrélations entre variables. Dans un premier temps, nous expliquerons cette méthode selon le cours de Madame Malacrida.

- L'échantillonnage

Au préalable, nous devrons définir la population à étudier. Pour cela, il faudra cibler la population mère et en dégager un échantillon. Effectivement, la population mère est souvent trop grande et impossible pour nous à étudier, faute de moyen financiers, de temps ou de moyens humains. Nous choisirons donc un échantillon plus petit et accessible, mais représentatif et exploitable. La méthode permettant la définition de l'échantillon se présente sous forme de formule. Celle-ci nous a été proposée lors d'un cours de méthodologie de master 1 :

FIGURE N°12 : FORMULE DE CALCUL D'ÉCHANTILLON



SOURCE : MÉMOIRE MASTER 1 DE THIBAUD MONCÉ « L'ALIMENTATION DES JEUNES ADULTES » P.90

Cette formule sera à mettre en relation avec notre population mère, afin d'obtenir notre échantillon.

- La réalisation du questionnaire

Voici à présent les grandes étapes afin de réaliser un questionnaire en bonne et due forme. Nous nous basons toujours sur le cours de Madame Malacrida. Après avoir réalisé notre revue de littérature et dégagé problématique et hypothèses, nous allons devoir rechercher des indicateurs et trouver nos questions dans un plan de traitement. Le plan de traitement permet de cheminer de nos hypothèses vers les futures questions du questionnaire. Celui-ci nous permettra aussi de choisir les variables que nous voudrons comparer, afin de trouver des corrélations. Voici ci-dessous un exemple de plan de traitement sous forme de tableau.

TABLEAU N°8 : EXEMPLE DE PLAN DE TRAITEMENT

THÈME	HYPOTHÈSE	SOUS-HYPOTHÈSES	INDICATEURS	QUESTIONS
La consommation de légumes	Les jeunes consomment peu de légumes	Ils en consomment peu car ils n'ont pas d'argent	Revenus Consommation / Achats de légumes	A quelle fréquence consommes-tu des légumes ? Quels sont tes revenus ?

SOURCE : ALICIA MALACRIDA. COURS SPSS DU 15 MARS 2016

Voilà en quelque sorte un exemple de plan de traitement. Nous comprenons donc qu'il sera beaucoup plus simple de réaliser nos questions avec ce type de tableau. Ce tableau permettra aussi de comparer les indicateurs afin de trouver des corrélations.

Lors de la rédaction du questionnaire, nous aurons la possibilité d'établir différents types de questions :

- les questions ouvertes : ce sont les plus complexes à traiter car l'éventail de réponse sera très important. Effectivement, le sujet pourra répondre ce que bon lui semble et il n'est pas sûr que la personne qui analysera les questionnaires soit en totale adéquation avec les propos énoncés par les sujets. Il faudra donc être bienveillant afin de ne pas retranscrire ce que l'on souhaiterait entendre et veiller à garder un point de vue sociologique ;
- les questions fermées : les questions fermées permettent au sujet de répondre tout en cochant des indicateurs simples et concrets en fonction de ses opinions et motivations. Lors de la création du questionnaire, le chercheur pourra décider d'utiliser plusieurs échelles d'évaluation :

    - l'échelle de Lickert : cette échelle permet au sujet d'exprimer son degrés d'accord ou de désaccord ;
    - l'échelle d'OSgood : cette échelle permet de faire réagir le sujet selon 2 qualificatifs opposés.

Après avoir créé toutes nos questions, nous allons effectuer des pré-tests. Il s'agira d'administrer le questionnaire à des personnes de notre entourage, afin de vérifier la bonne compréhension des questions. Au bout de 30 pré-tests, nous pouvons espérer que le questionnaire sera compris par tous nos sujets. Suivra ensuite une correction et la finalisation du document avant de passer à la distribution.

- Mode de distribution

Un questionnaire peut être administré de plusieurs manières. Il y a tout d'abord l'administration par l'enquêteur, en face à face ou par téléphone. Cette méthode peut être intéressante, notamment si le sujet n'a pas compris certaines questions. Il faudra cependant veiller à ce que l'enquêté ne soit pas influencé par l'interviewer.

L'autre possibilité est que le sujet s'auto-administre le questionnaire, c'est-à-dire qu'il réponde lui-même aux questions avec, ou sans, la présence du chargé d'enquête. Le questionnaire pourra donc être distribué sur le terrain et récupéré ultérieurement. Sinon, le chercheur a aussi

la possibilité d'envoyer le questionnaire par voie postale, par mail ou de le diffuser en ligne. Bien que plus avantageux en termes de personnes touchées et d'économie de temps, le risque ici sera les non retours de questionnaires, notamment de la part des sujets qui ne se sentent pas concernés.

Après réception des questionnaires remplis, nous analyserons toutes les données grâce au logiciel de traitement SPSS. Nous ne développerons pas la méthode de saisie des données ici, afin de nous concentrer sur la méthode de création du questionnaire.

Chapitre 2 : Méthodologie probatoire convenant à l'ensemble des hypothèses

Comme expliqué ci-dessus, nous comptons réaliser un questionnaire afin d'être représentatif sur l'ensemble de nos hypothèses. Pour cela, nous ciblerons nos questions grâce à nos hypothèses, sous hypothèses, entretiens exploratoires ainsi que tous les entretiens réalisés grâce à la méthode qualitative. Les focus group, l'observation et les entretiens semi-directifs, vont permettre aux deux méthodes de se compléter, afin d'aboutir à l'étude la plus complète possible. Dans un premier temps, nous définirons l'échantillon, puis nous montrerons l'application du plan de traitement, avant de terminer par le questionnaire.

1. La définition de l'échantillon

Pour cet échantillon, la population mère se concentrera sur les jeunes vivant à Toulouse et ayant entre 18 et 25 ans[33]. Néanmoins, nous ne déterminerons pas notre population mère maintenant car nous sommes en pleine période de recensement. Les chiffres datant de 2009, nous préférons attendre, afin de nous baser sur des chiffres récents. Dès que ces derniers seront disponibles, nous définirons notre échantillon, en choisissant une méthode probabiliste, ou non probabiliste.

2. L'application du plan de traitement

Ci-dessous, vous trouverez l'application de la méthode expliquée précédemment, sans la colonne question. Les questions seront disponibles à la suite du plan de traitement, dans le questionnaire. De plus, nous avons décidé d'inclure dans ce questionnaire l'hypothèse numéro 4 qui se dégageait de notre travail en partie 2. Effectivement, nous pensons que les éléments concernant le vécu et la peur de l'alcoolisme sont à prendre en considération. Évidemment, le questionnaire proposé ci-dessous n'est pas figé. Étant donné que nous réaliserons toutes les méthodes quantitatives avant celui-ci, nous prévoyons d'observer d'autres comportements, qui seront à rajouter dans le questionnaire. Ce questionnaire est donc une sorte d'ébauche, comportant les informations dont nous disposons à ce jour.

[33] Il est même possible que nous choisissions des jeunes de moins de 18 ans, afin de pouvoir valider notre sous hypothèse d'hypothèse 1 qui postulait une première phase de découverte de l'alcool à partir de 15 ans où « les sujets découvrent l'alcool, ils ne consomment pas du vin mais en ont déjà gouté. Les sujets boivent tous dans le but d'être saouls et non dans le but de découvrir des goûts et des saveurs »

TABLEAU N°9 : PLAN DE TRAITEMENT APPLIQUÉ

THÈME	HYPOTHÈSE	SOUS-HYPOTHÈSES	INDICATEURS
Le passage à la responsabilisation.	L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte.	Les jeunes sont « déconnectés des valeurs inculquées par leurs parents (savoir-boire, modération, nation). Les consommations d'alcool excessives sont peu à peu abandonnées pour la modération vers l'âge de 20 ans. Le vin est associé à une boisson d'adulte. Les jeunes se mettent à boire du vin dans le but de reproduire un schéma parental.	L'âge Les représentations envers le vin Le cheminement dans les consommations La reproduction inconsciente d'un schéma Une rupture vers vingt ans
Le buveur est pluriel, il s'adapte à ses pairs et au contexte.	Le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs.	Si le vin est goûté tôt et si ce souvenir est marquant, alors les jeunes boiront peut-être du vin plus tard. La région d'origine influence les consommations. Plus les représentations au vin seront bonnes, plus le consommateur sera attiré par le vin. Le consommateur adapte ses consommations à la situation et aux pairs.	La socialisation primaire Le niveau de vie La pluralité des contextes Les pairs
Le vin est associé à la sophistication.	L'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé.	Plus le niveau de vie augmente, plus les jeunes iront vers le vin. Le vin est associé à la « classe » et à la sophistication. Le vin n'est bu que dans certains lieux. Le processus de dégustation tend à être délaissé par les jeunes. Or, si ces derniers boivent du vin, ils lui donneront tout de même plus d'importance qu'à une autre boisson. De ce fait le processus de dégustation sera effectué, mais différemment.	Besoin de se distinguer Association du vin à la distinction Association du vin au repas Manque de revenus

Peur de l'alcoolisme et vécu des plus de 20 ans.	La peur de l'alcoolisme via des vins de mauvaises qualités, ainsi que le vécu va amener les jeunes à boire du vin de façon modéré.	Les mauvais souvenirs de fortes consommations d'alcool vont freiner les consommations excessives. La peur de l'alcoolisme va diminuer les consommations de vin journalières vers des consommations de vin occasionnelles La prise en compte des risques encourus lors de consommations excessives d'alcool va entraîner une remise en cause et une diminution des consommations	Connaissance de ses limites Remise en question Peur de l'alcoolisme Mauvais souvenir de fêtes (coma…)

3. Questionnaire

Après avoir réalisé le plan de traitement, voici le questionnaire qui en découle.

Questionnaire sur le vin

*Obligatoire

Consommes-tu du vin* ?

- ○ Oui, tous les jours, voire à chaque repas
- ○ Oui, plusieurs fois par semaine
- ○ Oui, plusieurs fois par mois
- ○ Oui, mais plus rarement, quelques fois par an
- ○ Non, jamais

Te souviens-tu de la première fois où tu as goûté du*vin ?

- ○ Oui
- ○ Non

Si tu te souviens de ce moment, quel souvenir ou émotion en gardes-tu ?*

	1	2	3	4	5	
Très bon souvenir	○	○	○	○	○	Souvenir très désagréable

Dans ton imaginaire, à quoi associes-tu le *vin ?

3 Réponses possible, exemple : plaisir, convivialité...

Votre réponse

Associes-tu le vin au repas ? *

- ○ Oui
- ○ Non

Quel est le lieu où tu consommes le plus de vin ? *

Plusieurs réponses possibles

- ☐ Au domicile
- ☐ Au restaurant
- ☐ Dans des bars
- ☐ En boite de nuit
- ☐ Au travail Autre
- ☐ :

Adaptes-tu tes consommations selon le lieu et les personnes avec qui tu te trouves ?

- ○ Oui
- ○ Non

Dans quels contextes bois-tu du vin ? *

Plusieurs réponses possibles,

- ☐ A table lors d'un repas quotidien
- ☐ Lors de grandes occasions uniquement
- ☐ Dès que j'invite des proches
- ☐ Dans le cadre de réunions ou déjeuner/dîner de travail
- ☐ Lors de fêtes
- ☐

Quel est le lieu où tu ne consommes peu ou pas de vin et où tu privilégies d'autres alcools ? *

Plusieurs réponses possibles

- [ ] A domicile
- [ ] Au restaurant
- [ ] Dans des bars
- [ ] Dans des boites de nuit
- [ ] Au travail
- [ ] Autre :

Quelle attitude adoptes-tu lorsque tu bois du vin ? *

Plusieurs réponses possibles

- [ ] Je commence par le sentir
- [ ] Je le regarde attentivement
- [ ] J'essaie de trouver les saveurs
- [ ] Je le déguste
- [ ] Je le bois comme de l'eau
- [ ] Je n'y accorde aucune importance
- [ ] Je fais semblant d'apprécier

Coche la case qui correspond le plus à tes consommations de vin actuelles. *

- ○ Je bois plus pour les effets que la boisson me procure que pour son goût. Je bois les alcools en les diluant et bois très peu de vin. Si je consomme du vin, je préfère les vins sucrés et doux peu m'importe la qualité.

- Je bois plus d'alcool que de vin, mais je bois moins d'alcool qu'avant sinon différemment. Mes goûts envers le vin évoluent, je commence à apprécier le goût du vin.

- J'apprécie les vins rouges et je bois entre amis lors de soirées plutôt conviviales. Je bois également des alcools mais je les choisis mieux.

J'apprécie les bons vins, je sais d'ailleurs les choisir. J'apprécie aussi les bons alcools que je bois pour déguster.

- ○ Autre : _____

Le changement de consommations

Pourquoi as-tu diminué tes consommations d'alcool fort et privilégies-tu le vin ? (Plusieurs réponses possible)

Ne répond à cette question uniquement si tu as répondu au choix 2, 3 ou 4 à la question précédente. Sinon, rendez-vous à la partie "Profil".

- ☐ Le vin était trop cher étant jeune
- ☐ J'apprécie de plus en plus les saveurs du vin, notamment s'il s'accorde avec des plats
- ☐ Le vin me donne le sentiment d'être adulte
- ☐ Mes amis/famille m'ont influencé à boire du vin car ils en buvaient avant moi
- ☐ Je me suis lassé de l'état des lendemains de fête après s'être enivré
- ☐ Autre : _____

Vers quel âge a eu lieu ce changement ?

Sélectionner ▾

Ce changement est-il lié à des événements en particulier ?

Plusieurs réponses possibles

- ☐ Permis de conduire
- ☐ Mise en couple
- ☐ Déménagement
- ☐ Prise de conscience de comportements à risques
- ☐ Écœurement des gueules de bois
- ☐ Aucun événement en particulier
- ☐

- [ ] Peur du contrôle de police
- [ ] Autre :

As-tu attendu que tes revenus augmentent pour acheter du vin ?

- ○ Oui
- ○ Non

Selon toi, ta consommation de vin serait-elle liée à la reproduction d'un modèle familial, même inconscient ?

- ○ Oui
- ○ Non

Profil

Quel âge as tu ? *

Sélection entre 15 et 25 ans.

Quel est ton niveau de vie ?*

- Précaire
- Classe moyenne
- Aisée

Es-tu :*

- Célibataire
- En couple
- Marié/Pacsé
- Autre : _____

As-tu des enfants ?*

- Oui
- Non

Quel est ton lieu de vie ?*

_____

Merci de votre participation

100 % : vous avez réussi.

ENVOYER

Chapitre 3 : Méthodologie probatoire convenant à l'hypothèse 1

Comme dit précédemment, le récit de vie sera abordé selon un entretien semi-directif voire non-directif. Celui-ci permettra de répondre à l'hypothèse suivante : **« L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte. »** Nous avons donc préparé quelques questions qui seront posées à notre sujet. Vous trouverez ci-après les modalités de l'entretien ainsi que la trame de questions prévue à cet effet.

- Sujets interrogés : Jeunes à partir de 18 ans[34]
- Lieu : Salle de la bibliothèque centrale de l'université Jean Jaurès
- Durée : Environ 30 à 45 minutes

Trame d'entretien :

Dans un premier temps, nous expliquerons le but de l'entretien :

« Bonjour, je m'appelle Ophélie, je réalise une étude sur les comportements des jeunes envers le vin et notamment sur leur passage à une consommation modérée. Nous allons développer ensemble votre récit de vie concernant vos consommations d'alcool et plus précisément ce qui vous a amené à consommer différemment que lorsque vous étiez plus jeune. »

- ✓ Dans un premier temps peux-tu parler de toi ? (Age, CSP, lieu de vie, etc.)
- ✓ Quel type d'alcool bois-tu ?
- ✓ Quel type de vin bois-tu ?
- ✓ Peux-tu me décrire tes consommations d'alcool ?
- ✓ Peux-tu me décrire tes consommations de vin ?
- ✓ Y a-t-il eu un cheminement dans tes consommations d'alcool ?
- ✓ Ta consommation de vin est-elle liée à une responsabilisation ou un événement en particulier ?
- ✓ Peux-tu me décrire une « soirée type » avant et maintenant ?

[34] NB : Nous choisissons des jeunes à partir de cet âge-là, car nous ne savons pas réellement quand la responsabilisation a lieu.

Vous remarquerez qu'il y a peu de questions. Ceci est un choix car c'est au sujet de raconter son expérience envers le vin et les alcools. Le but étant surtout de réagir aux réponses en relançant l'interrogé. Ces questions servent donc avant tout à orienter le questionnement, afin de suivre une trame en rapport avec notre hypothèse. Ces quelques questions nous permettront aussi de faire réagir l'interrogé au cas où il s'éloigne trop du sujet originel.

Chapitre 4 : Méthodologie probatoire convenant à l'hypothèse 2

Afin de répondre à l'hypothèse 2 **« Le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs. »**, nous avons choisis d'utiliser le focus group. Le but de ce focus group serait de faire réagir les jeunes à différents films et images en leur demandant leur avis et s'ils se retrouvent dans ce qu'ils voient. Dans l'optique de faire naître une synergie entre les participants, nous avons choisi d'interroger les sujets en fonction de leur tranche d'âge. Effectivement et après réflexion, il serait dommage que les sujets les plus jeunes aient peur de s'exprimer devant les plus âgés. Nous craignons aussi que les avis soient extrêmement opposés, car entre les adolescents, les jeunes adultes et les adultes, les comportements sont très différents. Vous trouverez donc ci-dessous les modalités de ce focus group.

Lieu : Salle équipée du DTICE de l'Université Toulouse Jean-Jaurès
Sujets :

- 3 groupes de 6 à 8 jeunes de 15 à 19 ans
- 3 groupes de 6 à 8 jeunes de 20 à 25 ans

Durée : 1 heure

Premièrement, nous commencerons le focus group par une présentation du modérateur ainsi que du ou des observateurs. Nous expliciterons le déroulement de la séance ainsi que son but. Nous n'oublierons pas de préciser que le focus group sera filmé, enregistré et anonyme. Puis, voici un tableau présentant le focus group.

TABLEAU N°10 : FOCUS GROUP

THÈMES	QUESTIONS	DOCUMENTS UTILISÉS
Présentation	Dans un premier temps je vous propose de faire un tour de table afin de vous présenter.	
Introduction	Mise en commun des images mentales autour du vin et de l'alcool.	
Les lieux de consommation	Y a-t-il un lieu plus adapté pour boire du vin ?	
	Y a-t-il un lieu plus adapté pour boire de l'alcool ?	
Le contexte de consommation	Nous montrerons ensuite une à une ces deux photos. Puis, nous poserons les questions suivantes : Selon vous, se peut-il que cela soit la même personne, mais à deux moment différents ? Vous arrive-t-il d'avoir des comportements totalement différents dans vos consommations selon le contexte? Demander à chacun d'expliciter.	
Le lieu de la consommation	Je suis au restaurant, je décide de boire du vin, qu'en pensez- vous ? Je passe au drive d'un fast food et en rentrant chez moi je décide de boire un verre de vin pour accompagner mon burger. Qu'en pensez-vous ?	
L'influence des pairs	Je vous invite à lire cet extrait d'entretien réalisé avec une jeune fille. Celle-ci nous parle de ses consommations de bière et de l'influence qu'ont les autres sur sa consommation. Qu'en pensez-vous ? Vous retrouvez vous dans ce témoignage ? Vous sentez vous concernés ?	Le texte utilisé est disponible sous le tableau

Texte concernant l'influence des pairs :

« *Ah oui aussi avec la bière il y a aussi ce côté où j'ai juste envie de boire un verre parce que c'est frais et ce n'est pas pour le goût* » « *j'aime le goût mais ce n'est pas pareil, le goût est léger, c'est presque comme boire un*

coca, enfin dans l'idée de prendre un truc « ledge ». Mais aussi quand je n'ai pas d'idée, que tout le monde prend de la bière »
I : Consommes-tu autant d'alcool que de vins ?
S : Hum, je bois plus d'alcool que de vin. Disons 50% de bière 40% de vin et 10% le reste.
I : C'est étonnant car tu m'as dis que tu n'aimais pas trop la bière…
S : Bhen ouais mais c'est parce qu'il y a souvent cette situation où tu vas boire vite fais un verre chez des potes et il y a des chips et des bières quoi, des fois t'as même pas d'option en fait. Ya beaucoup de situations où t'as juste les bières sur la table. Et comme le vin c'est quand même un contexte assez particulier … La bière c'est un alcool mais c'est pas du tout la même approche, je peux en boire n'importe quand, alors que le vin ce n'est pas le même contexte.
I : Et si dans cette situation tes amis buvaient un autre alcool que la bière, tu ferais pareil ?
S : Je pense que ça pourrait m'influencer oui

Chapitre 5 : Méthode probatoire pour l'hypothèse 3

Afin de répondre à notre hypothèse 3 **«l'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé»** nous allons utiliser la méthode de l'observation ainsi que celle des entretiens semi directifs expliqués dans cette partie au chapitre 1.

1. L'observation

Comme détaillé ci-dessus, l'observation est une technique permettant de donner du sens à ce que l'observateur voit. Pour notre part, nous avons choisis d'utiliser l'observation non-participante. L'École supérieure de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche (ESENESR) nous définit cette méthode [35] : « l'observateur n'est pas membre du groupe, il garde une certaine distance. Il ne prend pas la parole et ne participe pas aux activités. Assis en retrait ou caché derrière une vitre sans tain, il note et/ou enregistre ce qui se passe. »
Notre hypothèse qui était pour rappel **« l'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé. »**
De ce fait, l'utilisation de cette méthode se base sur le fait que la sophistication et le luxe associé au vin dans l'imaginaire vont sûrement se faire sentir par des gestes et de la communication non verbale. Ainsi, nous postulons que les personnes que nous observerons n'auront pas moins de vingt ans. Afin de vérifier cela, nous observerons des jeunes dans des bars à vins ou dans des clubs de dégustations fréquentés par cette clientèle. Il sera de rigueur de rentrer dans un premier temps en contact avec les gérants, afin de savoir à quels moments nous pouvons croiser des jeunes dans leurs établissements.

Lieu :

- Bar à vin "n°5 wine bar - bar à vin" Avenue de la bourse
- Club de dégustation « La dégustation sans modération » à Escalquens.

Temps : Nous prévoyons d'observer 5 fois 2 heures dans des bars à vins et d'assister à 5 dégustations dans le club « La dégustation sans modération » sur autorisation du responsable. De plus, nous souhaiterions être totalement anonymes dans ce club pour pouvoir prendre des notes mais aussi pour que les sujets restent le plus naturel possible.
Afin que l'observation soit optimale, nous avons choisi de réaliser la grille d'observation suivante, inspirée de celle d'Harold Lasswell et des conseils de Yankel Fijalkow. Afin de rendre

[35] http://www.esen.education.fr/conseils/recueil-de-donnees/operations/construction-des-outils-de-recueil/observation/

le recueil d'observation plus simple, nous avons décidé de créer cette grille sous forme de tableau, tout en laissant assez d'espace pour les descriptions :

TABLEAU N°11 : GRILLE D'OBSERVATION

Grille d'observation

Données générales		
Jour		
Lieu et heure		
Observation du Groupe		
Nombre de personnes :		
Attitude du groupe :		
Table choisie :		
Lien entre le groupe :		
Etude des sujets :		
	Sujet 1	Sujet 2
Age :		
Tenue vestimentaire :		
Attitude :		
Communication non verbale		
Description de l'attitude au regard du vin :		
Utilisation du processus de dégustation ?		
Jargon envers la boisson		
Nombre de verres consommés		
Type de vin consommé		
	Sujet 3	Sujet 4
Age :		
Tenue vestimentaire :		
Attitude :		
Communication non verbale		
Description de l'attitude au regard du vin :		
Utilisation du processus de dégustation ?		
Jargon envers la boisson		
Nombre de verres consommés		
Type de vin consommé		
Description de la situation		
Encart réservé à l'analyse de ce qu'il se passe lors de la dégustation, de la symbiose de groupe, Analyse de la relation entre le groupe c'est à dire s'il y a un leader qui apprends au autres à goûter le vin par exemple. Est-ce que les sujets parlent et échangent de ce qu'ils boivent.		

A la lecture de ce tableau, vous pouvez remarquer qu'il y a certaines questions auxquelles nous ne pouvons répondre juste par notre observation. Nous pensons notamment à l'âge des participants ainsi qu'à leur lien. De plus, notre hypothèse contenant une partie sur l'imaginaire, nous pensons qu'il serait possible, à la fin de l'observation d'aller à la rencontre des sujets observés et de les interroger quelques minutes sur leur âge, le lien dans leur groupe et leurs représentations au vin.

Enfin, vous constaterez que nous n'observerons pas de groupes de plus de 4 personnes voire 5. Il est clair qu'étudier trop de sujets d'un coup pourrait nous amener à passer à côté d'éléments essentiels.

Vous remarquez également qu'il y a un encart « table choisie ». Le but étant de voir si les plus « qualifiés » en termes de vin se positionnent sur une table à la vue de tous pour se distinguer ou au contraire, si les moins connaisseurs se mettent en retrait. Cette observation correspondrait à notre sens à l'association du vin au luxe et à la distinction.

2. L'entretien semi-directif

Toujours dans le but de répondre à notre dernière hypothèse « L'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé. » nous comptons réaliser entre 15 et 20 entretiens semi directifs, sur le modèle de nos entretiens exploratoires. Notre guide d'entretien a donc été revu, corrigé et mis en relation avec l'hypothèse. Voici les modalités applicables à notre entretien, ainsi que le guide d'entretien qui l'accompagne.

- Lieu : Salle bibliothèque centrale de l'université Jean Jaurès.
- Temps estimé : 45 minutes

Guide d'entretien :

Se présenter :

« Bonjour, je m'appelle Ophélie, je suis en master sciences sociales appliquées à l'alimentation et je réalise une étude concernant les jeunes et leur rapport au vin. Notre entretien va me permettre d'étudier votre rapport au vin ainsi qu'aux autres alcools afin d'en cerner les différences. Pour information, l'entretien est enregistré. Néanmoins celui-ci est anonyme et ne sera utilisé qu'à des fins personnelles. » L'entretien se déroulera en plusieurs temps. Dans un premier temps, nous aborderons vos consommations de vin et d'alcool, puis nous traiterons de vos représentations au vin, avant de parler de sophistication. »

Laisser la personne se présenter (âge, groupe social, travail, études, lieu de vie).

A. État de la consommation

Consommes-tu du vin ?
A quelle fréquence ?
Pour quelles occasions ?
Quel type de vin bois-tu ?

Quel type de vin apprécies-tu ?
Cette consommation a-t-elle de la valeur pour toi ?
Bois-tu du vin lorsque tu es dans un groupe social particulier ? (réunion de travail, amis, famille)
Au contraire, y a-t-il un cercle social avec lequel tu t'abstiens de boire du vin ? Si oui, pourquoi ?

Bois-tu d'autres alcools ?
Si oui, bois-tu ces alcools dans le même but que le vin ?
Avec les mêmes personnes ?
Pour toi, quelle est la différence entre le vin et alcool ?
Y a-t-il une différence entre vin et alcool dans tes consommations ?
Bois-tu autant d'alcool que de vin ? De la même manière ?
Cette consommation de vin a-t-elle impacté la consommation d'autres alcools ?

B. Les représentations envers le vin

Que représente le vin pour toi ?
Le vin a-t-il une connotation positive, ou bien négative ?
Qualifierais-tu le vin de boisson d'adulte ?
Le vin est-il une boisson lié à la sophistication ?

C. La sophistication

Bois-tu du « bon » vin ?
Qu'est-ce-que le « bon » vin ?
A partir de quel âge as-tu commencé à boire du « bon » vin ?
Pourquoi ?
Le financier a t'il influencé tes consommations ?
Y a t-il, à ton sens, une « bonne manière » de boire du vin ?
Quelqu'un t-a-t-il appris à goûter le vin ?
Comment bois-tu le vin ?
Respectes-tu tout le temps cela ?
Te renseignes-tu sur un vin avant de l'acheter ou de le déguster, pour être sûr de sa qualité ?
Fais-tu attention aux accords mets et vin ?
Te sens-tu différent lorsque tu bois un vin de qualité ?
Optes-tu pour une attitude différente ?
Peux-tu me décrire une « soirée type » lorsque tu bois du vin et une « soirée type » lorsque tu bois de l'alcool ?
Participes-tu à des salons autour du vin ?
Es-tu inscrit à des clubs de dégustation de vin ou y as-tu déjà participé ?
Es-tu inscrit à des box pour recevoir du vin ?

Conclusion générale

Après ces trois parties, nous allons à présent conclure ce travail de recherche de première année. Via cette conclusion, nous allons énoncer les principaux points à retenir concernant le rapport des jeunes au vin. Ce travail nous a permis de nous ouvrir à des pistes de recherche pour la suite de nos études. Nous retiendrons de nos lectures que le vin est bel et bien un produit culturel français totalement intemporel et trans-générationnel, porté par un effet d'habitude et de présence dans la vie des Français. La France et le vin sont donc intimement liés malgré la présence de « vins du monde » sur le marché. Cependant, nous avons constaté le poids du vin dans l'économie française ainsi que sur son territoire.

Les consommations de vin en France sont dictées par tout un savoir boire, des rites, des codes, socialement normés. Nous pouvons qualifier le vin d'institution française. Le refus de ces normes par les jeunes serait dû à leur période adolescente, où ils réfutent toutes normes valorisées par leur aînées, comme nous l'a expliqué Erik Erikson. Cette période de réfutation entraînera la stigmatisation des jeunes par leurs aînés notamment en ce qui concerne leur consommation d'alcool plutôt forte.

Par la suite, nous avons étudié différents concepts traités par des sociologues tels que le triangle du manger de Jean-Pierre Corbeau, ou encore le rite de passage d'Arnold Van Gennep. Ces concepts sont ceux sur lesquels nous nous sommes appuyés afin de défendre nos hypothèses. Les quatre entretiens exploratoires réalisés, conjugués à ces concepts nous ont permis de développer trois hypothèses, dont nous allons faire un rappel.

Pour ce qui est du consommateur, il semblerait que celui-ci ait des comportements différents selon le moment de sa vie. Ces changements seraient liés à l'âge et portés par des rites de passages, qui se succèderaient tout au long de la vie du « buveur ». De plus, tout comme le mangeur pluriel, le « buveur » semble être lui aussi pluriel, avec l'adaptation de la même personne à une situation et à un aliment. De par nos entretiens, le vin semble être pour les jeunes un élément associé à la sophistication et à la classe tandis que l'alcool est associé à la fête. Il y aurait donc un alcool pour chaque situation. Tout comme pour l'alcool, la qualité des vins bus par les jeunes oscillerait entre vins de mauvaise qualité pour la fête et meilleurs vins pour les repas.

Puis, avec l'âge vient la maturité et la raison qui sont certainement guidés par un changement dans l'environnement, avec un aspect financier qui ressort aussi de nos entretiens. Ces mutations amèneraient les jeunes à boire de meilleurs vins, convenablement. De plus, nous avons pu commencer l'observation lors du salon « Vin et terroir » à Toulouse, et avons

constaté la présence de jeunes, dégustant et achetant des bouteilles de vin. Ces jeunes-là nous paraissaient faire partie de la catégorie « jeunes adultes », c'est-à-dire des plus de 20 ans. Cela nous conforte donc dans nos hypothèses.

Pour conclure, il sera primordial de faire une réelle étude sur les consommations de vin en France chez les jeunes. Cela sera une des analyses que nous effectuerons l'année prochaine, notamment lors de la réalisation du questionnaire. Cependant, notre échantillon ne représentera pas la France mais les jeunes de Toulouse, ou du moins une partie. Cela nous permettra peut-être de briser de nombreux préjugés envers les « jeunes ». D'ailleurs il serait intéressant de pouvoir dire qui sont les « jeunes » afin d'arrêter les généralités, en regroupant les comportements dans de vraies tranches d'âges, ci-possible.

Enfin, nous pouvons ouvrir cette conclusion sur la quatrième hypothèse qui s'est dégagée lors de l'analyse des entretiens exploratoires. Nous pouvons formuler celle-ci de la manière suivante : « La peur de l'alcoolisme via des vins de mauvaises qualités, ainsi que le vécu, va amener les jeunes à boire du vin de façon modérée ». Le travail nous semble encore long afin d'arriver à des résultats concrets car cette hypothèse peut sembler paradoxale, dans le sens où les jeunes peuvent boire excessivement parfois, sans qu'il y ait cette peur-là. Y aurait-il une nuance entre boire tous les jours et boire de temps en temps dans leurs représentations ? La qualité de l'alcool entre t-elle en jeu ? Faut-il attendre une prise de conscience de comportements à risques avant de pouvoir aborder les consommations quotidiennes ? Autant de questions auxquelles nous devrons répondre durant l'année à venir afin de savoir comment les jeunes arrivent à faire passer leurs consommations d'alcool d'excessives à des consommations socialement acceptées.

Bibliographie

OUVRAGES :

BARTHES, Roland, 2015. *Mythologies*. S.l. : Seuil. ISBN 978-2-02-106935-8.

BOURDIEU, Pierre, 1979. *La distinction critique sociale du jugement*. S.l. : Les Éd. de Minuit.

BRÉCHON, Pierre, 2011. *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*. S.l. : PUG. ISBN 978-2-7061-2293-4

CHEVALIER, Jean et GHEERBRANT, Alain, 1982. *Dictionnaire des symboles: mythes, rêves, coutumes, gestes, formes, figures, couleurs, nombres*. S.l. : Robert Laffont. ISBN 978-2-221-08716-9.

CORBEAU, Jean-Pierre, 1997. *« l'Internationale de l'Imaginaire »*, « Culture, nourritures ». In : . 1997. n° 7.

CORNOT, Danielle *« Vin et femme »* edit. POULAIN, Jean-Pierre, 2012. *Dictionnaire des cultures alimentaires*. S.l. : Presses universitaires de France. ISBN 978-2-13-055875-0.

FISCHLER, Claude, 1990. *Homnivore (L'): Sur les fondamentaux de la biologie et de la philosophie*. S.l. : Odile Jacob. ISBN 978-2-7381-7599-1.

GAUSSOT, Ludovic, 2004. *Modération et sobriété: études sur les usages sociaux de l'alcool*. S.l. : L'Harmattan. ISBN 978-2-7475-5857-0.

GENNEP, Arnold van, 1909. *The Rites of Passage*. S.l. : Routledge. ISBN 978-1-136-53885-8.

GRAWITZ, Madeleine, 2001. *Méthodes des sciences sociales*. édition N°11. S.l. : Dalloz.

HATZFELD, Hélène et SPIELGESTEIN, Jackie, 2000. *Méthodologie de l'observation sociale: Comprendre, évaluer, agir*. S.l. : Dunod. ISBN 978-2-10-004242-5

JEUGE-MAYNART, Isabelle, 2010. *Le grand Larousse du vin*. S.l. : Larousse. ISBN 978-2-03-584149-0.

MEILLER, Daniel et (FRANCE), Dijon, 2003. *Le mangeur du 21e siècle: les aliments, le goût, la cuisine et la table : [colloque international de Dijon]*. S.l. : Educagri Editions. ISBN 978-2-84444-289-5.

MUCCHIELLI, Alex, 2009. *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*. S.l. : Armand Colin. ISBN 978-2-200-24739-3.

NOURRISSON, Didier, 2013. *Crus et cuites, Histoire du buveur*. Perrin. Paris : EDI8. ISBN 978-2-262-04283-7.

PITTE, Jean-Robert, 2009. *Le désir du vin. A la conquête du monde*. S.l. : Fayard. ISBN 978-2-213-64670-1.

PITTE, Jean-Robert, 2013. *L'Amour du Vin*. S.l. : CNRS. ISBN 978-2-271-07633-5.

POULAIN, Jean-Pierre, 2005. *Sociologies de l'alimentation: les mangeurs et l'espace social alimentaire*. S.l. : Presses universitaires de France. ISBN 978-2-13-055172-0.

RÉGNIER, Faustine, LHUISSIER, Anne et GOJARD, Séverine, 2006. *Sociologie de l'alimentation*. S.l. : La Découverte. ISBN 978-2-7071-4845-2.

SAVOY, Guy et TOUSSAINT-SAMAT, Maguelonne, 2013. *Histoire naturelle et morale de la nourriture*. S.l. : Le Pérégrinateur éditeur. ISBN 978-2-910352-57-8.

ARTICLES :

BECK, François, LEGLEYE, Stéphane, LE NÉZET, Olivier et SPILKA, Stanislas, 2008. Atlas régional des consommations d'alcool 2005. In : *Données INES/OFDT. Saint-Denis: INEPS, collection Études santé territoires* [en ligne]. 2008. [Consulté le 9 janvier 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.inpes.fr/CFESBases/catalogue/pdf/1135.pdf.

DPE/DV, Patricia Le Crenn-Brulon-, 2011. *Comportement du consommateur face au vin allégé en alcool.* In : [en ligne]. 6 janvier 2011. [Consulté le 6 janvier 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.inra.fr/Entreprises-Monde-agricole/Resultats-innovation-transfert/Toutes-les-actualites/vin-allege-en-alcool.

GRASSI Valentina., 2005. CEAQ : Articles du GRIS. In : [en ligne]. [Consulté le 25 janvier 2016 a]. Disponible à l'adresse : http://www.ceaq-sorbonne.org/node.php?id=1121&elementid=804&sitelangue=3.

INRA, 2013a. *C'est tendance !* In : [en ligne]. 26 septembre 2013. [Consulté le 6 janvier 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.inra.fr/Grand-public/Alimentation-et-sante/Tous-les-dossiers/Quand-le-vin-a-soif-de-recherches/C-est-tendance/(key)/10.

INRA, 2013b. *Les nouvelles pratiques œnologiques*. In : [en ligne]. 26 septembre 2013. [Consulté le 6 janvier 2016].
Disponible à l'adresse : http://www.inra.fr/Grand-public/Alimentation-et-sante/Tous-les-dossiers/Quand-le-vin-a-soif-de-recherches/Les-nouvelles-pratiques-oenologiques/(key)/8.

INRA, Jean-Louis Escudier Unité expérimentale de Pech Rouge, 2013. Des vins de qualité à teneur réduite en alcool acceptés par le consommateur. In : [en ligne]. 7 juin 2013. [Consulté le 6 janvier 2016].
Disponible à l'adresse : http://www.cepia.inra.fr/Le-departement-Les-recherches/Nos-resultats/vdqa/(key)/6.

INRA/DPE, Anne Perraut-, 2009. Des vins légers remis au goût du jour. In : [en ligne]. 10 juillet 2009.[Consulté le 6 janvier 2016].
Disponible à l'adresse : http://www.inra.fr/Entreprises-Monde-agricole/Resultats-innovation-transfert/Toutes-les-actualites/VDQA.

MOREAU, Alain, VILLARS, Pav D. et GRENOBLE, C. H. U., [sans date]. du focus group. In : [en ligne].[Consulté le 17 mars 2016].
Disponible à l'adresse : http://www.dumg-tours.fr/IMG/pdf/2-_S_approprier_la_methode_des_focus_groups.pdf.

PRUVOST, Geneviève, 2011. Récit de vie. In : *Sociologie* [en ligne]. 1 mars 2011. [Consulté le 14 mars 2016]. Disponible à l'adresse : https://sociologie.revues.org/671

ARTICLES DE BLOGUEUR/CONSULTANT :

DELMAS, Emmanuel, le vin et les jeunes (6/7) leur consommation. In : *Emmanuel Delmas, Sommelier & Consultant en vins, Paris* [en ligne]. [Consulté le 28 janvier 2016].

JOURNAUX EN LIGNE :

DUPONT, Jacques, 2015. Spécial Vins 2015. Les jeunes à la découverte du vin. In : *Le Point* [en ligne]. 3 septembre 2015. [Consulté le 28 janvier 2016]. Disponible à l'adresse : http://www.lepoint.fr/vin/foire-aux-vins/les-jeunes-a-la-decouverte-du-vin-03-09-2015-1961549_2591.php.

PÉRIODIQUES :

MONACO, Grégory Lo et GUIMELLI, Christian, 2008. Représentations sociales, pratique de consommation et niveau de connaissance : le cas du vin. In : *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*. 1 juin 2008. Vol. Numéro 78, n° 2, p. 35-50.

SIMONNET-TOUSSAINT, Céline, LECIGNE, André et KELLER, Pascal-Henri, 2005. Les représentations sociales du vin chez de jeunes adultes : du consensus aux spécificités de groupes. In : *Bulletin de psychologie*. 1 mai 2005. Vol. Numéro 479, n° 5, p. 535-547.

TESTART, Alain, 2014. Pourquoi les femmes ne débouchent-elles pas les bouteilles de vin ? In : *L'Homme*. 16 octobre 2014. Vol. n° 212, n° 4, p. 23-35.

Table des annexes

ANNEXE 1 : LES LIGNES DU VIN 106

ANNEXE 2 : ARTICLE DU GRIS GROUPE DE RECHERCHE SUR L'IMAGE EN SOCIOLOGIE "IMAGE, SYMBOLE ET SOCIOLOGIE". 108

ANNEXE 3 : GUIDE D'ENTRETIEN 115

ANNEXE 4 : ENTRETIEN N° 1 117

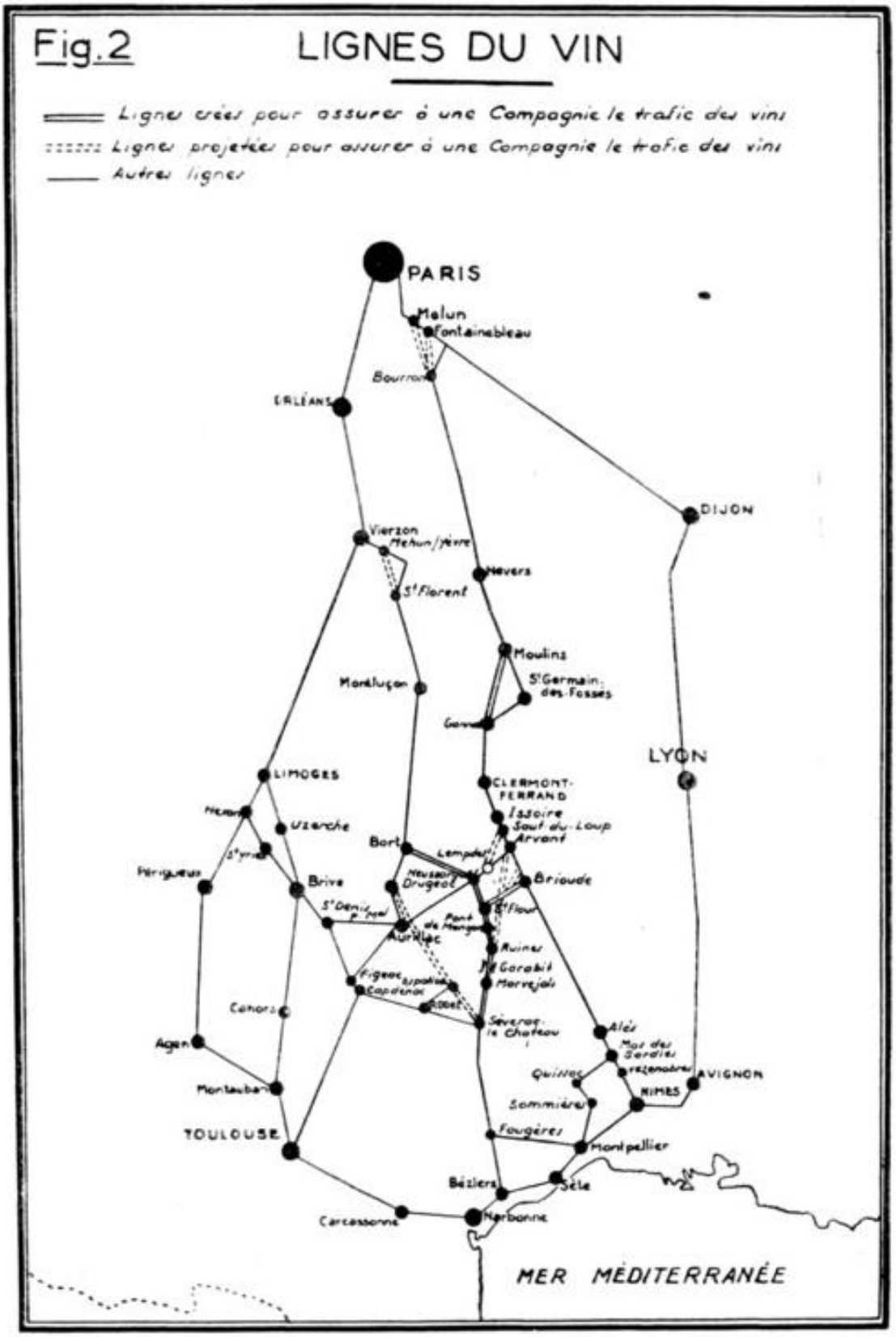
ANNEXE 5 : ENTRETIEN N°2 122

ANNEXE 6 : ENTRETIEN N°3 128

ANNEXE 7 : ENTRETIEN N°4 134

ANNEXES

Annexe 1 : Les lignes du vin



SOURCES : PERSEE.FR

Annexe 2 : Article du GRIS
Groupe de Recherche sur l'Image en Sociologie
"Image, symbole et sociologie".

Intervention de Valentina Grassi, doctorante Université La Sorbonne-Paris 5 et La Sapienza-Rome

Séance 02 décembre 2005

Rationalité et Imaginaire dans la pensée humaine

Selon M. Weber, l'objet de la sociologie compréhensive est ce qu'il définit le comportement rationnel par rapport au but, c'est à dire un comportement qui est chargé d'un sens en tant que orienté vers un but déterminé : un exemple d'organisation sociale rationnelle, ordonnée et finalisée, est l'institution, qui est en rapport avec le group social même qui la met en place[1]. Or, c'est l'auteur même qui précise que ce comportement rationnel « pur » n'existe pas dans la réalité, ce n'est qu'un type idéal, une construction méthodologique du chercheur à laquelle comparer la réalité empirique. Et la comparaison avec le type idéal détermine les éléments « irrationnels » qui participent aux causes de l'action sociale : M. Weber appelle ces ensembles de causes « psychologiques »[2]. Le comportement humain donc n'a pas une nature exclusivement rationnelle, acceptant le terme « rationalité » selon l'acception que lui a donnée la tradition logico-scientiste. Pour ce qui concerne le chercheur, le travail de « compréhension »[3] sociologique est chez M. Weber la découverte progressive des connexions causales pas encore explorées : parmi les tâches de la recherche sociale, on peut donc considérer l'analyse de nature compréhensive de l'univers non-rationnel de la vie en société.

Le raisonnement logique de nature déductive est ce qu'on appelle communément « rationalité » ; l'attribution du statu de forme fondamentale de pensée à ce type de raisonnement est une étape de l'histoire des idées « scientifiques » et non pas une condition ontologique de la pensée humaine. « Les qualités du réel scientifique sont ainsi, au premier chef, des fonctions de nos méthodes rationnelles »[4] : le réel est un produit de l'idée qu'on en a. Il y a souvent du risque lorsqu'on pose des hiérarchies, mais on peut essayer d'en suggérer une pour expliquer notre point de vue sur le statu de la pensée non-rationnelle. Dans le champ de la noosphère (E. Morin), il y a d'abord un magma indéterminé qui n'est ni rationnelle ni non-rationnelle; ce n'est qu'après qu'on pose un principe de réalité (qu'est-ce c'est réel ?) et, successivement, un principe de vérité (qu'est-ce c'est vrai ?), selon des critères différents.

Un de ces critères de construction du principe de réalité est justement la rationalité, mais on peut considérer qu'il y en a au moins un autre, qui de façon générale et par opposition est nommé « non-rationnel ». Cette pensée non-rationnelle a donné naissance à toutes les formes de récits mythiques que les sociétés ont connus depuis toujours, avec leurs symboles culturellement chargés de sens. E. Morin nous aide à comprendre le rapport entre l'idée et le réel :

Nous avons toujours besoin du secours du réel, mais qu'est-ce justement que le réel, sinon ce que l'idée nous désigne tel ? Le réel n'est pas impératif, comme on le croit. Ses apparences sont fragiles et son essence est cachée ou inconnue. Sa matière, son origine, son fondement, son devenir sont incertains. Sa complexité est tissée d'incertitudes. *D'où son extrême faiblesse devant la sur-réalité formidable du mythe, de la religion, de l'idéologie et même d'une idée* **[5]**.

Plus avant :

Tout dialogue avec le monde, avec le réel, avec autrui, avec nous-mêmes passe par la médiation de nos mots, énoncés, idées, théories, et même mythes, et nous ne pouvons songer à nous en débarrasser. La médiation des idées est inévitable, indispensable. La connaissance absolue - extase - échappe aux idées, mais, faute d'idées, elle s'anéantit en s'accomplissant[6].

Finalement, Morin nous rappelle le risque de toute rationalisation abstraite :

Le sous-développement n'est pas seulement celui des esprits voués aux illusions mythologiques, aux croyances superstitieuses, et aux grossièretés idéologiques. C'est aussi celui de l'esprit techno-scientifique hyper-spécialisé, unidimensionnel et abstrait, voué aux théories réductrices et obéissant aux paradigmes mutilants ; l'abstraction colonise notre monde, et il est nécessaire de coloniser les abstractions qui nous colonisent.[7]

On peut essayer de laisser de coté l'inévitabilité de la rationalité qu'on est habitué à concevoir. La rationalité absolue, avec son statu établi d'infaillibilité, a été mise en cause : un certain débat dans l'épistémologie de la science a désormais accepté l'état d'inachèvement et de probabilisme dans lequel se trouvent les sciences dites « dures » ;

tombent les certitudes ingénues qui se fondaient sur des présupposés de réalisme ingénu, qui dérive, symétriquement, de la tradition aristotélico-thomiste ou bien de celle matérialiste dans un sens non dialectique. A ce propos, il faut préciser que la conception hypothètico-probabiliste de la science implique plutôt un présupposé de nature conventionnelle qui nie toute résidu possible d' " objectivisme "[8].

On peut accepter que la forme de pensée non-rationnelle participe aussi à la connaissance humaine, interagissant avec la forme rationnelle, et lorsque la « science » est appelée à aborder le comportement humain, elle est obligée d'en rendre compte.

Composante rationnelle et composante « imaginaire » de la pensée ont été bien analysées par E. Morin[9]. Il parle de la double pensée, *mythos* et *logos*, tout en précisant qu'il s'agit aussi de deux modalités de l'action. Les deux formes de pensée, tout à fait complémentaires, ont été disjointes radicalement en Occident après Newton, mais elles continuent à être entrelacées dans la vie quotidienne de l'homme. C'est parce que en effet les deux formes de pensées ne sont pas étrangères l'une à l'autre, mais elles constituent une *unidualité*[10]. *Tout en étant conscient que, lorsqu'on conduit notre analyse, on est situé dans la sphère de la rationalité, on peut essayer de tracer les contours de la sphère symbolique-mythique pour l'affronter d'un point de vue théorique et méthodologique.*

Dans la langue grecque ancienne, le mot « mythos » indique, depuis Homère, un récit, une légende transmise oralement opposé à « logos », un récit historique[11]. Toutefois, le mot « logos » avait des acceptions différentes selon les auteurs : il pouvait indiquer un discours abstrait, à paroles (lat.*oratio*), mais aussi la raison et le raisonnement logique (lat. *ratio*). Ce qui nous montre que la culture grecque ancienne ne distinguait pas trop, du point de vue de la langue, la parole du raisonnement logique, mais elle les distinguait du récit mythique,

« fabuleux ». Donc à l'origine de la pensée occidentale il y a distinction de ces deux modalités de pensée, même si c'est la naissance de la rationalité moderne qui a fait exploser cette dualité, lui ajoutant un ordre hiérarchique. L'anthropologie nous a montré, depuis un siècle, que les civilisations non-occidentales manifestent une forme de pensée et d'action qui mêle la modalité empirique/technique/rationnelle et la modalité symbolique/mythologique/magique[12]. Mais nombreux exemples dans la civilisation occidentale même peuvent conforter l'hypothèse qu'elle n'a pas distingué de façon nette ces deux champs, au moins du point de vue du sens commun. Ainsi il faut reconnaître que la vie quotidienne des gens est un tissu complexe de raisonnements logico-rationnels et représentations de nature imaginative qui ont une charge affective.

Si la société occidentale contemporaine présuppose des critères rationnels de fonctionnement, par exemple au niveau des infrastructures, elle a néanmoins besoin de sa part d'imaginaire, car elle aussi a soif de valeurs symboliques, qui actuellement sont créés et ré-créés notamment par le grand système industriel de production de l'image synthétique.

La conception d'imaginaire oscille entre deux pôles différents selon les auteurs qui la traite et selon l'aspect qu'on en met en évidence : l'imaginaire est parfois identifié avec son caractère illusoire, car il serait susceptible de placer l'univers du désir avant les conditions réelles, mais il est considéré aussi comme le principe qui préside à la création, s'il est vrai que tout acte créateur présuppose une anticipation imaginative. C'est notamment ce dernier aspect qui nous intéresse, car la valence créatrice de l'imaginaire peut être le présupposé d'une recherche fructueuse dans le champ des sciences sociales. L'univers imaginaire d'un groupe, comme celui d'une société, peut produire des « dérives » perverses et dangereuses et nous avons des témoignages historiques exemplaires de ce grand pouvoir, souvent oublié (i.e. les exterminations de masse au nom d'idées abstraites d'origine imaginaire). Mais, comme G. Durand affirme, c'est surtout l'absence d'une pédagogie diffusée de l'imaginaire qui laisse la place au pouvoir destructeur des principes imaginaires incontrôlés, ou plutôt aux « mythes totalitaires »[13]. Cependant, du point de vue de la recherche sociale, il est préférable de considérer la dimension fécondante des secrétions imaginaires, dans le sens où, au niveau des idées, rien est bon ou mauvais de façon absolue, et ce n'est que le passage à l'action qui détermine l'utilisation bonne ou mauvaise d'un mythe.

L'imaginaire : imagination, symbole et mythe

Quand on parle d'imaginaire, on désigne au premier abord le « réservoir » d'images que l'individu, les groupes et la société ont produites, conservées et transformées tout au long de l'histoire humaine. Mais on parle aussi d'imaginaire se référant au processus dynamique de cette production, conservation et transformation d'images. Dans ce sens, on peut reconduire à cette notion à la fois la production dynamique et les produits de la fonction imageante, qui successivement se développent avec des niveaux différents de rationalisation (les rêves, les phantasmes, les mythes, les utopies, les représentations collectives, les idéologies)[14].

L'imaginaire conçu comme production dynamique d'images peut avoir deux fonctions fondamentales : la première de *conservation* de la mémoire, lorsqu'on évoque des images du passé ; la deuxième d'*anticipation* de l'avenir, lorsqu'on produit des images qui n'ont pas de référant dans le réel mais qui donnent une vision possible du futur. Cette dernière fonction est ce qui permet à l'imaginaire d'être créateur, et de rendre possible le changement et la mutation soit au niveau individuel soit au niveau social. C'est dans ce sens que l'imaginaire est intimement lié au vécu : imaginaire du passé et imaginaire du futur s'entremêlent et président à l'expressivité et aux conduites sociales.

Grâce à la psychologie cognitive, nous savons que l'activité mentale, perception ou imagination, met en jeu des régions cérébrales spécialisées du langage, d'autres du traitement des informations sensorielles, d'autres enfin appelées lors des affects ou des émotions[15]. Cela veut dire que soit les images extérieures, représentés à travers le processus de la perception, soit les images crées par le cerveau, issues de l'imagination, peuvent produire des réactions affectives et émotionnelles dans le sujet. L'image donc peut avoir une charge ce type : c'est pourquoi il y a des images qu'on peut reconduire au domaine du symbole, c'est à dire un élément qui met en jeu la dimension émotionnelle du sujet.

La production des images mentales en absence de référant réel est ce que communément on appelle *imagination*, qui devient *imagination symbolique* lorsque le signifié n'est plus présentable et le signe se réfère à un sens et non à une chose sensible[16]. Donc la production et la re-production mentales des symboles sont des processus dynamiques mettant en jeu la capacité imaginative de l'homme de doter des éléments d'une charge sémantique et affective qui *transcende* tout lien avec la réalité sensible. Nous avons en effet deux formes d'imagination, une à caractère *reproductif* ou*imitatif*, l'autre à caractère *constructif* ou *créateur*. Mais les deux natures de la fonction imageante ne peuvent pas être différenciées de façon nette, et dans la praxis de la production d'images elles sont entremêlées et se superposent.

L'*image* est tout ce qui concerne les activités de reproduction : même si l'origine étymologique est incertaine, l'image renvoie à tout ce qui imite, re-produit quelque chose. Dans ce sens, on peut penser aux domaines des arts, de la photographie, de la publicité, du cinéma, de la télévision, des technologies numériques, etc. D'un point de vue psychologique, l'image est une représentation mentale en rapport avec un modèle et c'est la première forme qui assume l'activité mentale d'imagination. L'image peut être donc soit extérieur, soit intérieur à l'homme, mais dans tous les cas elle est re-produite dans le cerveau humain, constituant une re-présentation mentale. Le *signe*, quant à lui, est l'unité de base des processus de signification : selon les principes de la linguistique de F. de Saussure, le signe est la combinaison d'un concept (signifié) et d'une image acoustique (signifiant). Le rapport entre les deux composantes est tout à fait arbitraire, n'impliquant aucun lien « naturel » entre signifiant et signifié. L'étude des processus de signification et des signes est propre à la sémiologie, alors que les images sont produites par plusieurs moyens techniques et étudiées par plusieurs disciplines dans les sciences humaines. Le *symbole* se situe au point de rencontre du processus de représentation et de celui de signification, auxquels il ajoute la composante émotionnelle qu'il suscite[17]. C'est-à-dire qu'un symbole est une représentation mentale, qui peut avoir une base matérielle ou pas, porteuse d'une charge sémantique à laquelle l'individu ou le groupe donne une valeur affective. Le signifié symbolique est souvent mystérieux et énigmatique et, lorsqu'on veut l'approcher, il exige une interprétation qui considère cette nature *sui generis*. Aucune image n'est symbolique en soi : c'est le sujet qui lui donne le sens symbolique à l'intérieur d'un système complexe de significations imaginaires. Voilà la différence entre le niveau sémiotique et le niveau symbolique[18] : le champ des signifiés du symbole est complexe et ne peut être pénétrer qu'avec une connaissance profonde du champ imaginaire dont il fait partie, car *le symbole est « l'épiphanie d'un mystère »*[19]. En plus, le niveau sémiotique exclut la dimension de l'émotion qu'un symbole forcement suscite lorsqu'il est chargé d'un sens. La notion de symbole est tout à fait liée à celle d'*archétype*, qui a été introduite dans les sciences humaines par C.G. Jung. Si on acceptait l'existence d'instances originaires et universelles de l'imaginaire, on pourrait reconduire les symboles aux archétypes dont ils sont les manifestations culturelles. Il s'agit d'une piste intéressante, qui a été parcourue au niveau méthodologique par des chercheurs en sciences sociales : A. Sauvageot a analysé les archétypes dans le langage publicitaire, reconduisant à chaque archétype (figure fondamentale) les symboles liés (figures secondes) et, successivement, la constellation des significations qui les

regardent. Les structures archétypales sont donc représentées avec des constellations symboliques qui leur sont propres et qui les dynamisent[20].

Le récit qui articule un ensemble imaginaire (de symboles) est un *mythe*, et la forme de pensée qui lui donne vie est la pensée mythique, dont nous avons parlé. Le symbole est donc une unité par rapport au mythe qui est un ensemble. Les sujets des récits mythiques vont de la cosmogénèse à la rumeur du petit village de province[21], tout en étant fondés sur leurs propres critères de vérité. Le mythe, bien qu'il soit une production de la société, acquiert une autonomie propre, une réalité et une existence « objective »[22], et c'est de ce point de vue qu'on peut analyser leur influence sur les conduites sociales.

Sans entrer dans un débat bien plus articulé et interdisciplinaire, les axes que nous avons posés nous donnent un aperçu des éléments constitutifs et du fonctionnement de l'imaginaire du point de vue du sujet ; cela est indispensable pour passer de la dimension subjective aux dimensions collective et sociale, tout en ouvrant des pistes méthodologiques pour la sociologie de l'imaginaire.

Imaginaire individuel, collectif, social : vers une sociologie de l'imaginaire

L'imaginaire peut être analyser à trois niveaux différents, mais qui sont tout à fait complémentaires : d'abord, on peut envisager l'imaginaire propre du sujet, ancré dans la psyché individuel ; puis, l'imaginaire partagé par un groupe social, ou imaginaire collectif ; enfin, l'imaginaire d'une société, ou imaginaire social. Toutefois, les distinctions terminologiques ne sont que des reflets d'une spécialisation disciplinaire, qui analyse différents aspects d'un même phénomène complexe. En effet, l'investissement symbolique que chacun est susceptible de produire est un processus qui lie un corps, une affectivité, un groupe et la société entière[23].

Le corps est un tremplin dont s'élance un imaginaire qui ne trouve pas en lui-même ses limites...L'affectivité ne peut se satisfaire du seul recours à l'imagination individuelle sans que pourtant elle puisse s'en passer. Le symbolisme collectif se construit à partir de cette confrontation dans un jeu de déplacements, de déguisements, de condensations liés à la reprise par la collectivité du symbolisme singulier devenu alors méconnaissable[24].

Ainsi, dans une perspective générale, la psychologie clinique et la pédagogie, notamment dans un but thérapeutique, analysent le plan individuel et subjectif, alors que l'histoire, l'anthropologie, la psychologie sociale et la sociologie (avec la psychologie analytique) abordent le plan collectif et le plan plus vaste de l'imaginaire social. Mais il faut toujours être conscient que la partition disciplinaire n'est motivée que par un but fonctionnel, tandis que l'imaginaire présuppose plutôt un échange continu entre la dimension individuelle et la dimension collective et sociale, l'une ne pouvant pas exister sans l'autre. Un univers symbolique, quelque soit le niveau de partage (groupe social, masse), est toujours investi symboliquement par des sujets, et, d'un point de vue méthodologique, cela nous permet d'arriver à la dimension social à partir de l'individu, de ses désirs, de ses craintes, bref de son imaginaire. De la même façon, l'imaginaire individuel a besoin d'un ancrage dans l'imaginaire collectif, qui est comme un bassin collecteur, peut-être une réserve dans laquelle nagent les divers imaginaires individuels. L'imaginaire social est justement un pont entre la dimension individuelle d'attribution de sens (plus ou moins caché, affecté par l'émotif) et la dimension sociale de construction de la réalité.

Le propre de la fonction symbolique est de créer une configuration relationnelle qui engendre une mise en forme du réel permettant de passer de l'individuel à l'universel. Le terme d'imaginaire social explicite donc, dans cette perspective, que le système de représentations ordonnées par une logique interne a des affinités avec l'imaginaire individuel[25].

Lorsqu'on parle d'imaginaire collectif, selon F. Giust-Desprairies, on « se réfère aux constructions imaginaires des groupes socioréels »[26]. L'imaginaire collectif peut donc être envisagé comme l'ensemble des significations imaginaires mises en place par un groupe, ensemble qui est au fondement même du lien social groupal. L'étude du niveau collectif de l'imaginaire est intéressant parce qu'il amène à saisir un des axes sur lesquels se fonde le lien microsocial d'une socialité en acte, en tant qu'effectivement vécue par les membres du groupe. Dans ce sens, on peut considérer le groupe en tant qu'espace intermédiaire entre la psyché subjective et un « sujet » collectif qui partage des significations imaginaires. Le groupe donne vie à une perception de la réalité et en même temps à une perception de son existence dans la réalité, et cela à travers un investissement symbolique qui fait que l'individuel dialogue dynamiquement avec le collectif. L'imaginaire collectif, comme nous suggère encore F. Giust-Desprairies, « s'origine au lieu de rencontre des signifiants individuels et des significations institutionnelles »[27] et, notamment, il préside aux logiques des actions sociales. Et c'est dans cette perspective qu'il nous intéresse d'un point de vue sociologique : le groupe est l'objet d'un investissement par ses membres, qui produisent à leur tour des actions motivées par ces investissements. Le groupe est caractérisé premièrement par le partage des représentations communes qui trouvent leur source dans un imaginaire collectif : c'est ainsi que l'action groupale, quelque soit la nature du projet « réel », a un substrat de signification imaginaire qui lui donne du sens pour les individus. « Le groupe, on le voit, se constitue imaginairement pour soutenir une illusion nécessaire à la construction d'un monde où porter sa marque »[28].

La notion d'imaginaire collectif et celle d'imaginaire social sont souvent utilisées indifféremment. Mais nous pensons, avec F. Giust-Desprairies, que dans une perspective heuristique on peut les distinguer, le plan collectif étant référé au groupe et le plan social à la masse. Pour ce qui concerne l'aspect social, c'est notamment C. Castoriadis qui nous a tracé le chemin pour l'étude de la composante imaginaire des institutions sociales. Le rapport entre le *symbolique* et l'*imaginaire* est une autre question fondamentale pour la compréhension du fonctionnement de l'univers imaginaire. On parle de symbolique se référant aux investissements de significations que la société donne aux éléments qui la composent. L'activité de symbolisation, et l'univers symbolique que celle-ci produit, président aux interprétations et à l'activité des individus en société[29]. L'imaginaire, en tant qu'ensemble d'images issues de la fonction d'imagination, « doit utiliser le symbolique, non seulement pour s' "exprimer", ce qui va de soi, mais pour "exister", pour passer du virtuel à quoi que se soit de plus »[30]. Toute création imaginative comporte une liaison symbolique avec les significations qu'on lui donne, mais « aussi, inversement, le symbolisme présuppose la capacité imaginaire »[31], c'est à dire que les symboles ne peuvent pas exister sans la capacité imaginative de voir des connexions. Or, C. Castoriadis établie une articulation des divers imaginaires sociales : l'*imaginaire central* est le complexe de symboles élémentaires d'une culture déterminée, alors que l'*imaginaire périphérique* est issu d'une élaboration ultérieure des symboles culturels[32]. Pour en donner un exemple, l'auteur parle du drapeau comme symbole de l'imaginaire central pour une culture, en tant que singe de reconnaissance et d'union, mais qui peut être surchargé de sens et surtout d'affectivité lorsque des patriotes son prêtes à mourir pour lui ou s'émeuvent en assistant au passage du défilé militaire. Une autre distinction utile de l'auteur est entre l'*imaginaire radical*, ou capacité potentielle d'imagination créatrice, et *imaginaire effectif*, ou système de significations imaginaires sociales constituées. Or la composante imaginaire est une partie prégnante de l'institution sociale même.

L'institution est un réseau symbolique, socialement sanctionné, où se combinent en proportions et en relation variables une composante fonctionnelle et une composante imaginaire[33].

L'institution sociale est donc quelque chose qui répond aux besoins de la société (vue fonctionnaliste) mais aussi quelque chose qui est chargé de significations imaginaires par ceux qui la vivent. Le langage symbolique est pour Castoriadis un système de communication qui utilise les symboles pour s'exprimer. On retrouve le langage symbolique dans les institutions sociales : elles ne peuvent pas exister sans une expression symbolique. La société trouve dans l'imaginaire un complément de son ordre social. Les institutions naissent pour répondre à des besoins, mais, dès leurs naissance, elles vont acquérir une composante imaginaire : elles deviennent des réseaux symboliques où se combinent composantes fonctionnelles et composantes imaginaires. La composante imaginaire est non sue et non voulue comme telle par la logique fonctionnelle.

L'importance de l'analyse de l'imaginaire dans la vie sociale est due au rôle fondamental que l'*expérience* a dans la connaissance humaine. Comme le dit G. Bachelard, « la méthode cartésienne qui réussit si bien à *expliquer* le Monde, n'arrive pas *à compliquer* l'expérience, ce qui est la vraie fonction de la *recherche objective* »[34]. Et l'expérience n'est pas seulement celle de l'homme dans sa vie quotidienne, mais aussi celle du chercheur social dans un milieu humain. La caractéristique de la recherche en tant que forme d'expérience étant celle de compliquer et non pas de réduire, tout en étant conscient que les phénomènes ne sont jamais simples ou déterminés de façon mono-causale, notamment les phénomènes sociaux. La pensée et l'expérience pures se correspondent seulement dans le milieu d'un laboratoire aseptique (et là aussi il y a l'homme qui intervient...), mais la recherche sociale ne peut qu'être accomplie dans une situation humaine. On voit bien que l'expérience est le noyau fondamental qui lie la pensée, la connaissance humaine et la recherche sur le terrain dans notre propos. L'opération qu'il faut faire, du point de vue de la recherche même, est celle de rapprocher de plus en plus la pensée à la complexité de l'expérience. L'attitude schizoïde qui pose l'antithèse polémique comme principe logique d'explication (G. Durand) ne fonctionne pas lors de la recherche sociale, notamment si on aborde le champ symbolique : il faut donc trouver des pistes méthodologiques alternatives. Pour donner une métaphore un peu extrême, entre la transcendance absolue de l'Idée et le relativisme absolu de l'idée, il y a beaucoup de degrés intermédiaires, parmi lesquels on situe notre hypothèse d'approche méthodologique au champ de l'imaginaire social.

Annexe 3 : Guide d'entretien

Se présenter.
Laisser la personne faire de même.

A. État de la consommation

Consommes-tu du vin ?

Si oui :
A quelle fréquence ?
Pour quelles occasions ?
Quel type de vin bois-tu ? Apprécies-tu ?
Cette consommation a-t-elle de la valeur pour toi ?
Bois-tu du vin lorsque tu es dans un groupe social particulier ? (réunion de travail, amis, famille)
Au contraire, y a-t-il un cercle social avec lequel tu t'abstiens de boire du vin ? Si oui, pourquoi ?
Y a-t-il, à ton sens, une « bonne manière » de boire du vin ?
Le vin est-il de l'alcool ?
Y a-t-il une différence entre vin et alcool ?
Y a-t-il une différence entre vin et alcool dans tes consommations ?

Si non :
Qu'elles sont les raisons qui te poussent à cette abstinence ?

B. Les représentations du vin

Que représentes le vin pour toi ?
A-t-il une connotation positive, ou bien négative ?
Qualifierais-tu le vin de boisson d'adulte ?
Le vin est-il une boisson liée au luxe ?

C. Le rite de passage

Te souviens-tu de la première fois où tu as goûté du vin ?
Si oui, quel âge avais-tu ? Avec qui ? Quel souvenir ou émotion en gardes-tu ?
(Voir la proximité avec la personne, afin de voir une corrélation possible avec ses consommations aujourd'hui)
Quel était le but de cette première consommation ?
Pour les plus de 20 ans : Pourrais-tu faire un retour sur expérience afin de comparer tes consommations avant et aujourd'hui ?
Si changement : Ce changement est-il dû à un évènement particulier ?

D. La socialisation au vin

As-tu déjà vécu près d'une région vinicole ?
Si oui : Cela a-t-il influencé tes consommations ?

Dans ta famille, qui consomme du vin ? Pour qu'elles occasions ? Aimerais-tu reproduire ce modèle ?

Quel a été le moment où tu as réellement commencé à boire du vin et surtout à l'apprécier ?

Cette consommation de vin a-t-elle impacté la consommation d'autres alcools ?

As-tu ressenti une pression sociale face à la consommation ? Si oui en quoi ?

E. Le rapport aux autres alcools

Bois-tu d'autres alcools ?

Si oui, bois-tu ces alcools dans le même but que le vin ?

Avec les mêmes personnes ?

Bois-tu autant d'alcool que de vin ? De la même manière ?

Cette consommation de vin a-t-elle impacté la consommation d'autres alcools ?

Trouves-tu que le monde du vin est assez tourné vers les jeunes ?

Si non : Qu'est ce qui devrait changer ? Si changement, consommerais-tu plus ?

Annexe 4 : Entretien N° 1

S : Bonjour, je m'appelle …, j'ai 22 ans et je suis en troisième année de psychologie. Avant la psycho j'ai fait un mois de médecine, mais ça ne m'a pas plus alors j'ai arrêté. Ensuite j'ai fait des tests d'orientation et je me suis retrouvée en psycho.

I : D'accord, donc nous allons commencer l'entretien, je vais d'abord te poser des questions sur tes consommations d'alcool. L'entretien est bien-sûr anonyme, et je ne l'utiliserai que dans le cadre de mon étude.

A. État de la consommation

I : Consommes-tu du vin ?
S : Oui

I : A qu'elle fréquence ?
S : A chaque fois qu'il y en a (rires)... Quand il y a des repas festifs on va dire… Pas tous les jours, Mais on va dire une fois par semaine... Dans le cadre d'un repas festif quoi... du coup ça peut être une fois par semaine comme pas du tout.

I : Donc c'est vraiment lié au repas ?
S : Oui

I : Pour quelles occasions ?
S : Lors d'un repas festif, et quelques rares fois en soirée…

I : Pourquoi c'est plus rare en soirée ?
S : Parce que maintenant je bois plutôt des bières en soirée.

I : Avant tu buvais du vin en soirée ?
S : Oui

I : Quel type de vin buvais-tu ?
S : De la piquette (rire) … Bhen du vin bon marché, pas cher, pour avoir une bouteille de 75cl à moins de 3€. Aujourd'hui je bois beaucoup moins de vin, mais j'en choisi des meilleurs.

I : Quel type de vin appréciais-tu ?
S : J'ai commencé par des vins très sucrés, du blanc. Puis au fur et à mesure je suis allée vers des vins rouges...

I : Bois-tu du vin lorsque tu es dans un groupe social particulier ? (réunion de travail, amis, famille)
S : J'ai commencé à boire avec ma meilleure amie, on avait un rituel de vendredi c'était soirée film et vin. C'est elle qui m'a fait goûter mes premiers vins rouges, en plus elle aime les vins tanniques...

I : Et tu aimes ça ?
S : Bhen ouais maintenant j'aime tous les rouges, du Gaillac au Bordeaux…

I : C'est quand même costaud comme vin les tanniques ?

S : Bhen ouais, mais après justement quand on fait des soirées toutes les deux elle essaie de prendre des trucs qui nous conviennent à toutes les deux et pas forcément ce qu'elle prendrait pour elle… Mais pour ce qui est du groupe social ça dépend... Ca dépend du contexte en fait, pas du groupe social.

I : Tu peux développer ?
S : Bhen c'est-à-dire qu'avec les mêmes personnes dans un contexte je serai amenée à boire du vin, mais dans un autre contexte je serai amenée à boire de la bière… Ça dépends si c'est aller boire un coup en fin d'après-midi bhen c'est une bière. Si c'est passer la soirée ensemble bhen il y aura peut-être et sûrement une bouteille de rouge avec les apéritifs.

I : Y a-t-il, à ton sens, une « bonne manière » de boire du vin ?
S : Non, enfin peut être en buvant uniquement pour le plaisir.

I : Le vin est-il de l'alcool ?
S : Oui

I : Quelle différence dans tes consommations entre alcools et vins ?
S : La différence c'est le but de la consommation pour moi… Quand t'es jeune bhen justement pour ne pas dépenser de sous dans les bars… Justement parce qu'on est jeune, budget limité donc tu fais tout pour être saoul, c'était vraiment le but. Alors que maintenant si ça arrive ce n'est pas fait exprès… peut-être une fois par mois... mais vraiment tu prends des alcools forts dans le but « de »…Tu vois, tu ne bois pas un alcool fort pour son goût ni pour le plaisir, parce que déjà tu le dilues, donc ça n'a pas d'intérêt. Le vin tu le bois vraiment dans un but de plaisir.

I : Aujourd'hui quand tu t'alcoolises c'est moins fort qu'avant ?
S : Et bien non, car je trouve qu'on perd de l'endurance… (Rire)

B. Les représentations du vin

I : Que représente le vin pour toi ?
S : Hum ça me fait penser à une soirée tranquille, à la convivialité... A la France (Ton ironique, rire)

I : A-t-il une connotation positive, ou bien négative ?
S : Positive

I : Qualifierais-tu le vin de boisson d'adulte ?
S : Non… enfin je ne sais pas, ça dépend ce qu'on en fait. Moi je compare ça avec le café, c'est deux boissons qui ne sont pas du tout naturelles pour nous en tant qu'enfant. Donc je trouve ça important de l'ajouter, mais de manière progressive en fait. Comme pour le café, au début quand je prenais des cafés je mettais de tout dedans genre de la crème, du lait, du sucre du chocolat, enfin au final c'était même plus un café. (Rire) Pareil pour le vin, je suis partie de vin très sucré et au fur et à mesure je suis allée vers du rouge, du tannique.

C. Le rite de passage

I : Te souviens-tu de la première fois où tu as goûté du vin ?

S : Oui

I : Quel âge avais-tu ? Avec qui ? Quel souvenir ou émotion en gardes-tu ?
S : J'avais 10-13 ans, je me souviens très bien c'était avec mes parents à un repas de famille. Je crois que j'ai goûté et que j'ai dit quelque chose dans le genre « bah mais comment vous faites pour aimer cela » J'en garde une sensation ni bonne ni mauvaise, bizarre…

I : Quel était le but de cette première consommation ?
S : C'était vraiment pour me faire découvrir.

I : Tu m'as dit qu'avant tu buvais pour boire, dans un but d'être saoule, et aujourd'hui tu bois pour le plaisir. Peux-tu faire un retour sur expérience, en m'expliquant qu'elle a été la cassure, le moment où tu es passée de boire pour boire, à boire pour le plaisir ?
S : (Silence, réflexion…) Ouais, oui, en fait j'ai oublié une période de ma vie, l'année dernière je sortais trois fois par semaine pendant trois mois, dans le but de boire. Mais on était dans des bars, on buvait des bières, pour moi ce n'est pas pareil que quand je buvais de l'alcool, car si jamais j'étais saoul ce n'était pas voulu, ce n'était pas le but de la soirée à la base… Puis j'ai rencontré quelqu'un et là, ça a totalement changé mes consommations, j'avais 21 ans… Je pense qu'à l'alcool j'y suis plus sensible quand je suis seule. Quand t'es en couple t'as moins le besoins de sortir tous les soirs, enfin aucun intérêt, puisqu'au final en grande partie si tu sors c'est pour rencontrer des gens... Si la personne tu l'as déjà rencontrée tu sors pour profiter de tes amis, mais tu vois plus du tout les choses de la même manière dans le sens où bhen si tu rencontres des gens sympa c'est toujours bien à prendre, mais ce n'est pas dans l'optique d'aller plus loin.

I : Donc le fait d'être en couple calme tes consommations ?
S : Ouais, enfin pour moi oui... Disons que j'ai moins envie de me mettre la tête à l'envers sachant que je fais toujours n'importe quoi quand j'ai trop bu… Oui, et aussi si je peux rajouter, je crois que j'ai tellement été écœuré de mes gueules de bois le lendemain, que maintenant j'appréhende… Je sais qu'il y a des alcools que je ne peux plus boire…

I : Du coup le vin tu ne peux pas t'en écœurer vu que tu bois pour le plaisir ?
S : Exactement, mais le vin blanc je n'en bois plus par contre, j'en ai trop bu…

D. La socialisation au vin

I : As-tu déjà vécu près d'une région vinicole ?
S : Non

I : Es-tu habituée à voir tes proches boire du vin ?
S : Oui

I : Dans ta famille, qui bois du vin ?
S : Mes parents, plus ma mère que mon père.

I : Aimerais-tu reproduire ce modèle ?
S : Non... Enfin je n'ai pas tellement envie de devenir alcoolique (Gêne…)

I : Tu m'as dit que tu as commencé à boire du vin vers 17ans, et le bon vin vers 18-19ans, quel a été le moment où tu as réellement commencé à l'apprécier ?

S : Quand j'ai découvert

I : Dès le début ?
S : Ouais, parce qu'en fait souvent tout le monde buvait du vin rouge.. Je n'aimais pas alors du coup je « re-goûtais » par curiosité au final, et sauf qu'en fait… enfin je sais pas mais j'ai commencé à apprécier très rapidement.

I : As-tu ressenti une pression sociale face à la consommation ? Si oui en quoi ?
S : Non, y'a toujours la bière (rire)

E. Le rapport aux autres alcools

I : Bois-tu d'autres alcools ?
S : Oui.

I : A la même fréquence que le vin ?
S : Non, plus souvent.

I : Dans le même but que le vin ?
S : Non, enfin ce n'est pas le même contexte, enfin je ne sais pas. Là je bois de la bière, j'aime bien, mais ça part d'une reproduction d'un schéma. Je me souviens des vacances, de mes parents à l'heure de l'apéro à cinq six heures de l'après-midi… bhen tu sors une bière tu ne débouches pas du vin. C'est un moment de détente, pas du tout pareil que pour le vin. Pour moi, la bière précède toujours le vin, donc heu ça m'arrive plus souvent de prendre un verre en fin d'après-midi ou de prendre une bière dans un bar… donc plus grande consommation de bière.

I : Tu ne pourrais pas boire une bière dans un bar ?
S : Bhen à la limite je préfère m'acheter une bouteille. 'Fin tu vois, payer un verre de 12 cl le prix d'un demi, c'est un peu.. voilà. Mais après ce n'est pas le même contexte, dans un bar ya rien à manger mis à part les cacahuètes... J'ai jamais bu du vin sans manger, pour moi les deux sont liés, alors que si je suis au restaurant, je peux prendre un verre de vin... Ou une demi-bouteille…

I : Tu bois de l'alcool avec les mêmes personnes que pour le vin ?
S : Oui

I : De la même manière ?
S : Le processus de mise en bouche pour le vin est plus long que pour la bière. Mais j'ai des amis ils font pareils pour la bière avec le vin, c'est-à-dire qu'ils vont les choisir, regarder les degrés, pas regarder le prix... Pour le vin j'aurai plus de critère de sélection qu'avec la bière…

I : Donc tu l'associes quand même au luxe ?
S : Bhen oui, non mais c'est vrai, pour moi la bière c'est le coté camionneur (Rire)… Par exemple je me verrais pas boire un verre de vin devant un match de foot ou de rugby, même si certain le ferai moi non, moi c'est bière et cacahuètes.

I : Parce ce que tu n'as pas les mêmes représentations ?
S : Ouais, mais pas au luxe, peut être que c'est plus distingué, mais pas du luxe, c'est à la portée de tout le monde même si la bière est moins chère. Tu vois la bière basique tu l'à bois comme

une bière normale, à la limite ça sera pas mauvais pour toi, le vin peu cher, c'est de la piquette, c'est corrosif à mort, l'alcool très bas prix pareil, c'est du détergent !

I : Ta consommation de « bon vin » a-t-elle impacté ta consommation d'autres alcools ?
S : Bhen en fait tout s'est mis en place à ce moment là, c'est pas le fait de boire du bon vin, c'est plutôt la période qui a fait que j'ai arrêté certains alcools, du coup j'ai commencé à boire du vin ou de la bière et ça a un peu remplacé, et ça m'a permis d'aimer le goût de ce que tu bois. Je préfère boire du vin pour le goût que de l'alcool dilué.

I : Trouves-tu que le monde du vin est assez tourné vers les jeunes ?
S : Non

I : Pourquoi ?
S : Bhen je ne pense pas que ça soit quelque chose de recherché chez les jeunes, enfin qu'elle tranche d'âge ?

I : 18-25 ans
S : Ah ! Bhen oui et non, à dix-huit pas encore…

I : Pourquoi ?
S : Bhen on n'a pas envie de ça, les soirées des dix-huit ans sont pas les mêmes que celle des vingt-cinq ans… Tu n'apprécies pas ce que tu bois, mais ça dépend beaucoup du prix … Mais c'est vraiment un passage obligé dans l'adolescence… Je le comparerais à la découverte de la sexualité. C'est une découverte que tu fais car tu as l'âge « de ». C'est la recherche d'être dans un groupe social, après ce n'est pas obligatoire pour moi, mais certaines personnes ont dû se sentir obligé pour rester. Mais aussi il y a un autre truc, qui te fait croire que tu deviens adulte alors qu'en fait pas du tout, comme la sexualité…

I : Comme espèce d'objectif à atteindre ?
S : Pour moi ouais, c'est… Tu vois tes parents le faire, donc c'est une période où tu commences à avoir l'âge de le faire. C'est des trucs où t'as l'impression d'être grand, sauf qu'il en passe du temps avant de devenir adulte entre tes premières soirées avec de l'alcool ou t'es premières expériences sexuelles et le moment où tu es adulte…

I : Je pense que j'ai tout ce dont j'ai besoin, merci de m'avoir accordé du temps.
S : De rien.

Annexe 5 : Entretien N°2

S : Bonjour, je m'appelle…, J'ai 23 ans, je fais un master 2 d'info-com, je vis à Toulouse, je suis originaire du Tarn, je suis en couple.

A. État de la consommation

I : Consommes-tu du vin ?
S : Oui.

I : A quelle fréquence ?
S : Hum, je ne sais pas, c'est compliqué déjà… je dirais une fois par semaine, ou tous les 15 jours. Déjà la dernière fois c'était hier, je suis en train de calculer.

I : Pour quelles occasions ?
S : Restaurant ou bar, genre soirée avec des potes dans des bars.

I : Quel type de vin bois-tu ?
S : Beaucoup de rouge, mais je ne saurais pas détailler plus que ça. J'ai toujours bu rouge, l'été je suis plus rosé.

I : Cette consommation a-t-elle de la valeur pour toi ?
S : C'est clairement plus classe que d'autres alcools, donc potentiellement si je suis dans un contexte un peu… je ne sais pas un contexte un peu classe ou genre, je vais draguer ou autre chose, il y a des chances… je vais plus aller vers le vin que d'habitude.

I : Est-ce que tu bois du vin quand tu es dans un groupe social particulier ?
S : Non à peu près dans tous je pense. Le plus souvent ça va être avec mes potes, plus qu'avec ma famille. Je ne bois quasiment pas en famille, parce que pour moi l'alcool est lié au contexte de l'amusement et en famille on n'est pas dans ce contexte là. Tu vois il y a mes parents, grand parents, je vais moins aller vers ça. Je vais plus réfléchir à « est-ce que j'en ai vraiment envie ? » Alors qu'avec mes potes je vais beaucoup moins réfléchir ça sera beaucoup plus naturel. (rire)

I : Y a-t-il un groupe social avec lequel tu t'abstiens de boire ?
S : Non, juste avec ma famille où je diminue.

I : Y a t-il, à ton sens, une « bonne manière » de boire du vin ?
S : Hum… je trouve que c'est beaucoup plus appréciable pendant le repas. Après ce n'est pas forcément une mauvaise idée en dehors des repas… Oui aussi de le boire comme un adulte… pas de boire de la « vinasse » comme un débile à la bouteille, c'est quand même un truc qui a un goût et qui peut être hyper bon si tu essaies de l'apprécier et qui peut être hyper mauvais si tu bois ça n'importe comment et finir déchiré à 4 grammes sans savoir ce que tu bois.

I : Tu l'as fait toi ça ?
S : Heu j'ai du le faire oui mais plus jeune…

I : Le vin est-il de l'alcool ?
S : Oui. Pour moi ils sont tous différents donc je ne pourrais pas le sortir de la catégorie alcool.

I : Y a-t-il une différence entre vin et alcool dans tes consommations ?
S : Heu, typiquement non, tout ce qui est alcool genre Vodka Gin tout ça bhen ça va être plus négociable pour moi de le boire en fin de soirée, quand je suis déjà saoule… Disons que le vin je le vais le boire quand je suis sobre, vraiment dans le but d'apprécier le truc et il y a d'autres alcool que je vais boire aussi dans ce contexte là, mais que je vais aussi l'apprécier dans un autre contexte un peu plus tard dans la soirée où je suis moins en train de dire « Hou il est très bon, machin…)(Fais semblant de faire tourner le verre, déguster..). Le contexte va influencer.

I : Tu peux m'en dire plus sur le contexte, la situation ? Ou ce qui peut t'influencer dans tes consommations ?
S : Peut être pas les autres, mais le lieu oui… Bhen typiquement si on est dans un bar à vin, ou si les gens autour de moi boivent du vin, ou si on est dehors et qu'il fait froid ou qu'on est en été en terrasse, ça peut être sympa en été de boire du rosé et en hiver de boire du vin rouge… typiquement si je suis en boite… enfin ça m'arrive pas souvent mais si je suis en boite ça va être vraiment décalé, donc le contexte, le lieu, va vraiment m'influencer sur ce que je vais choisir.

B. Les représentations du vin

I : Que représente le vin pour toi, en termes de représentations, de symboles ?
S : Très français, même si c'est plus le cas, enfin ça reste dans mon esprit…

I : Pourquoi c'est plus le cas ?
S : Il y a beaucoup de vin qui sont plus fait en France… Quand j'étais au États-Unis à Seattle je pense qu'ils sont plus à fond sur le vin que nous. Ils en ont plein et ils sont aussi très bons. D'ailleurs c'est intéressant car ils ne nomment pas les vins comme nous par lieux genre « un bordeaux » mais par cépage. Du coup je trouve ça encore plus intellectuel, ya un côté un petit peu classe aussi. Voilà je ne sais pas mais je n'associe pas le vin à une rave party, je vais plutôt acheter une jolie robe enfin pas forcément mais être au moins un peu classe. Il y a aussi le coté sérieux dans la consommation enfin je ne bois pas ça comme ça ni pour être saoule, faut du savoir boire… Que je n'ai pas d'ailleurs, enfin c'est-à-dire que je n'ai jamais poussé le vice pour savoir comment aérer un vin, ou alors je vais oublier quel genre de vin j'aime ou pas, je fais au pif, je n'ai pas de connaissances la dessus.

I : C'est toi qui choisis le vin ?
S : Des fois il faut, et c'est compliqué parce que justement je ne sais pas trop … On m'a appris mais j'ai oublié, je crois qu'il faut regarder la bouteille, si le fond est creusé, les années, et le prix aussi, genre si ça coûte 1€30 je me dis que ce n'est pas bon signe… des fois ça marche fois ça marche moins.

I : A-t-il une connotation positive, ou bien négative ?
S : Totalement positive.

C. Le rite de passage

I : Te souviens-tu de la première fois où tu as goûté du vin ?

S : Pas exactement mais je me souviens que j'étais assez jeune genre j'avais 14 ans, c'était avec mes parents.

I : Quel souvenir ou émotion en gardes-tu ?
S : Je me souviens que c'était assez violent, je n'étais pas habitué au goût à l'époque, ça ne m'a pas non plus traumatisé, mais bon, pourquoi pas… Mais je pense que c'était un bon vin, du coup il allait bien avec les aliments, il y avait un bon goût, mais je n'étais pas emballé, j'étais jeune.

I : Quel était le but de cette première consommation ?
S : Totale découverte.

I : Tu as aimé les vins de suite ou il t'a fallu une habituation ?
S : Bhen je l'ai de suite apprécié, mais de plus en plus en fait. Au début je me suis dit ouais pas mal, mais je n'en buvais pas souvent puis j'en ai bu de plus en plus et je l'ai apprécié de plus en plus.

D. La socialisation au vin

I : As-tu déjà vécu près d'une région vinicole ?
S : Non.

I : Es-tu habitués à voir tes proches boire du vin ?
S : Oui, la famille tout le temps, le vin est toujours sur la table. Je suis issue d'une famille qui boit beaucoup de rouge. Les amis un peu moins, mais ce n'est pas rare.

I : Peux-tu me faire un petit retour sur expérience, en différenciant tes consommations d'alcool avant et maintenant ?
S : Avant je buvais le vin comme n'importe quel alcool et je l'appréciais un peu moins. Du coup je m'investissais moins dans ça. Je buvais du vin moins bon, pas au même moment. Maintenant mes consommations sont adultes avec modération ou pas, mais souvent avec modération. C'est-à-dire que là, je vais arriver à boire un verre ou deux pendant un repas, alors qu'avant je mangeais mon repas et après je buvais deux bières, trois verres de vin et une vodka en même temps, mélangé. Ce n'était pas du tout la même approche.

I : Et vers quel âge le changement à eu lieu ?
S : Bhen il n'y a pas vraiment eu de rupture, ça c'est fait progressivement je pense, mais je pense que c'était entre 18 et 20 ans le changement.

I : C'est lié à un évènement particulier ?
S : Peut-être du fait que je sorte moins. Je me suis lassée de ce genre de soirée ou je pouvais avoir ce genre de consommations donc j'ai des pratiques socioculturelles un peu différentes et donc très clairement ça c'est adapté, je me suis lassée de ça. Puis un jour j'ai pris du vin à un repas et je me suis dit « tien c'est agréable comme ça » c'était plus appréciable et j'ai renouvelé l'expérience. Et je me suis dit aussi « tiens c'est quand même chiant de vomir dans les toilettes à 3h du matin » (rires) et du coup je n'ai pas renouvelé l'expérience. Puis le vin le lendemain matin ça fait très mal à la tête aussi, ça m'est arrivé il y a encore pas très très longtemps, mais j'essaie de pas trop faire ça quoi. Les évènements de ma vie personnelle et professionnelle ont fait que j'ai diminué mais il y a pas eu réellement de cassure.

I : Quel a été le moment où vous avez réellement commencé à boire du vin et surtout à l'apprécier ?
S : Vers mes 20 ans, quand j'ai commencé à changer mes pratiques.

I : Cette consommation de vin a-t-elle impacté la consommation d'autres alcools ?
S : Je ne dirais pas directement, car ce n'est pas à cause du vin que je bois les autres alcools différemment. Mais notamment parce que je que vais changer ma consommation de vin. Mais la bière je la bois toujours pareil. Le Gin j'ai changé ma consommation, je bois autrement. Pour les mêmes raisons que j'ai commencé à boire du vin pour son goût et non pas pour me mettre une race j'ai bu dans un autre contexte, et aussi des autres alcools type Gin ect je ne savais pas ce que je buvais... Maintenant je fais plus attention, je vais goûter tel Gin parce qu'il est très bon. Et j'ai eu cette pratique aussi pour d'autres alcools. Ce n'est pas parce que je bois du vin que je bois les autres alcools différemment… c'est un tout.

I : Ta consommation de vin est-elle liée à un évènement particulier ? (nouvelle école, anniversaire, emploi)
S : Non.

I : As-tu ressenti une pression sociale face à la consommation ? Si oui en quoi ?
S : Non, enfin ce n'est pas une pression sociale mais c'est un cadre. Dans cette région on boit beaucoup de vin donc je pense avoir été influencé. Après ce n'était pas par peur d'être jugé ou quoi, je pense avoir un rapport assez sain avec ça, je bois du vin quand j'en ai envie, pas avant, pas après et je me suis jamais sentie jugée dans un sens ou dans l'autre.

E. Le rapport aux autres alcools

I : Bois-tu d'autres alcools ?
S : Oui.

I : Dans le même but que le vin ?
S : De manière générale le but a changé, la balance est différente. Avant j'étais plus dans le genre « allé soirée, Pompelup vas-y on boit… » Et accessoirement on va essayer de boire un alcool plutôt bon. Alors qu'aujourd'hui on boit cet alcool parce qu'on a vraiment envie de boire cette chose et d'apprécier ce goût-là. Aujourd'hui c'est plus le côté plaisir, éventuellement on va être joyeux parce que c'est quand même rigolo, mais pas comme avant, pas autant, la priorité a changé on va dire.
Mais sinon oui et non, dans tous les alcools il y a une part pour le goût de l'alcool, de la boisson il y a une part aussi, parce que c'est bien, pour être dans l'ambiance de la soirée, mais ça va pas être dans les mêmes proportions, ni le même contexte. Typiquement… Ah oui aussi avec la bière il y a aussi ce côté où j'ai juste envie de boire un verre parce que c'est frais et ce n'est pas pour le goût… C'est vraiment si j'ai envie d'avoir un truc frais. Les alcools forts ça va vraiment être pour avoir un goût très spécifique ou alors ça va être tard dans la soirée. Donc le contexte est assez différent. Donc après les raisons de base sont plus ou moins les mêmes.
Je bois du vin pour le goût, le côté social, le côté Pompelup. La bière c'est social aussi et quand je veux un truc frais, j'aime le goût mais ce n'est pas pareil, le goût est léger, c'est presque comme boire un coca, enfin dans l'idée de prendre un truc « ledge ». Mais aussi quand je n'ai pas d'idée, que tout le monde prends de la bière qu'il ne fait pas trop froid voilà quoi… et les alcools fort c'est dégustation ou en mode soirée, ça dépend de l'humeur. En soirée ça sera alcool fort car c'est le contexte et si c'est avec des potes en apéro c'est possible aussi, je

peux le choisir autant que le vin, s'il y a un très bon alcool je pourrais aller à l'un ou à l'autre, je décide au moment, ça dépend du contexte.

I : Avec les mêmes personnes ?
S : Le vin je le boirais avec tout le monde, les autres alcools non. Les autres alcools plus avec des amis proches et la bière je vais quasiment la boire avec tout le monde. Sauf si c'est un truc lié au boulot non… une bière c'est possible mais le vin est plus adapté. La bière ça fait un peu rustre, brut de décoffrage, mais c'est possible je l'ai déjà fait, j'ai un métier cool. (rire) Mais j'aurais plus de barrière avec la bière qu'avec le vin.
Je bois plus d'alcool avec mes proches que la famille car déjà c'est moins fréquent, je ne vais pas boire un alcool fort avec ma mère… Enfin si, c'est déjà arrivé mais ce n'est pas fréquent quand j'en bois c'est avec mes pote. Puis bon moi je bois deux verres d'un alcool fort je suis carpette dont je ne vais pas être comme ça devant n'importe qui.

I : Consommez-vous autant ?
S : Hum, je bois plus d'alcool que de vin. Disons 50% de bière 40% de vin et 10 le reste.

I : C'est étonnant car tu m'as dis que tu n'aimais pas trop la bière…
S : Bhen ouais mais c'est parce qu'il y a souvent cette situation où tu vas boire vite fais un verre chez des potes et il y a des chips et des bières quoi, même t'as même pas l'option en fait. Il y a beaucoup de situation où t'as juste les bières sur la table. Et comme le vin c'est quand même un contexte assez particulier heu il y a pleins d'occasions ou ce n'est pas le monde dans lequel je suis en fait… C'est un alcool mais c'est pas du tout la même approche, je peux en boire n'importe quand alors que le vin ce n'est pas le même contexte.

I : Et si dans cette situation tes amis buvaient un autre alcool que la bière, tu ferais pareil ?
S : Je pense que ça pourrait m'influencer oui.

I : Trouves-tu que le monde du vin est assez tourné vers les jeunes ?
S : Heu… Ca dépend, je n'ai pas vraiment l'impression que le vin se tourne vers quoi que se soit… Le vin c'est une entité mais si j'imagine quelqu'un qui boit du vin c'est quelqu'un qui à la trentaine, un jeune cadre dynamique… avec un Iphone. (rire)
Enfin, il n'est pas nécessairement tourné vers les jeunes, mais il ne tourne pas le dos pour autant mais c'est assez transgénérationnel, assez passe-partout, mais tellement passe-partout que ça peut être en décalage du mode de vie assez élitiste des jeunes dans lequel ils veulent avoir un mode de vie assez particulier et du coup parce que le vin est assez transgénérationnel ça va moins rentrer dans leur mode de vie. Ca touche les jeunes mais pas directement.

I : Tu m'as parlé de boisson d'adulte tout à l'heure, tu peux développer ?
S : Oui bhen typiquement, si on parle de jeunes qui sont complètement hystériques et qui veulent se mettre des races, le vin n'est pas adapté. Ou alors, si c'est un cubi parce que c'est le premier truc qu'ils ont trouvé au supermarché…voilà… Le vin peut amener cette consommation… à apprécier sûrement plus que d'autres alcools, mais c'est adapté au monde des adultes…

I : Pour toi c'était un but à atteindre ?
S : Inconsciemment oui.

I : Avec la volonté de reproduire un schéma ?
S : Sûrement oui.

I : Merci pour ces réponses.
S : Merci.

Annexe 6 : Entretien N°3

S : J'ai 18 ans, je suis actuellement sur Toulouse en première année de médecine. Je suis arrivée cette année, je viens de Lannemezan dans le 65, j'étais dans un petit lycée, petit collège avant... Je vit seule, je ne sors pas régulièrement non plus.

A. État de la consommation

I : Consommes-tu du vin ?
S : ça peut m'arriver, ce n'est pas du rouge, parce que je n'aime pas…

I : Qu'est ce que tu n'aimes pas dans le rouge ?
S : Je n'aime pas le goût, l'odeur, tout... Après ça peut être un vin sucré un peu, du blanc… Mais sinon, pas une grosse consommation de vin, si ça m'arrive c'est du blanc, mais c'est rare.

I : A quelle fréquence ?
S : Si on va au restaurant… Franchement, 5 fois maximum dans l'année, c'est vraiment occasionnellement.

I : Pour quelles occasions ?
S : Plutôt pendant un repas, je ne me vois pas boire du vin comme ça en soirée… Après je sais que j'ai des amies, elles vont boire du rosé pour la soirée comme on boit un alcool de fête…

I : Le vin n'est pas un alcool de fête ?
S : Non, c'est plus comme ça pour un repas, quelque chose comme ça, ce n'est pas comme un alcool fort que tu prends pour t'amuser, moi je dissocie les deux.

I : Quel type de vin bois-tu ? Apprécies-tu ?
S : Du vin plutôt sucré, je ne peux même pas te dire une gamme de prix... ce n'est pas le plus cher ni la piquette… Mais ce n'est pas moi qui choisi, c'est les garçons en général.

I : Pourquoi ce sont les garçons qui choisissent ?
S : Peut-être qu'ils s'y connaissent plus, ils en boivent plus souvent.

I : Cette consommation a-t-elle de la valeur pour toi ?
S : Non.

I : Bois-tu du vin lorsque tu es dans un groupe social particulier ? (réunion de travail, amis, famille)
S : Plutôt avec mes amis. Déjà quand je suis en famille je ne bois pas d'alcool de base, donc plutôt avec les amis.

I : Au contraire, y a-t-il un cercle social avec lequel tu t'abstiens de boire du vin ? Si oui, pourquoi ?
S : Non.

I : Y a-t-il, à ton sens, une « bonne manière » de boire du vin ?
S : Bhen comme je disais au début le vin ce n'est pas quelque chose qu'on boit comme ça pour boire... Enfin par rapport au whisky le vin c'est plus noble donc ce n'est pas à boire comme ça... enfin comme je dis dans des repas, et pas forcément pour boire de l'alcool et être saoul.

I : Le vin est-il de l'alcool ?
S : Oui.

I : Y a-t-il une différence entre vin et alcool dans tes consommations ?
S : Je bois plus d'alcool fort que je vin.

B. Les représentations du vin

I : Que représentes le vin pour toi ?
S : C'est bête mais je vois la grappe de raisin… (Rire) Pour moi le vin ça fait un peu vieux… Mais ce n'est pas péjoratif… plus comme une bonne boisson que l'on peut déguster… Quelque chose de plutôt noble… Mais vraiment ce côté antiquité, vin que l'on déguste…

I : A-t-il une connotation positive, ou bien négative ?
S : Positive.

I : Qualifierais-tu le vin de boisson d'adulte ?
S : Oui, déjà par le goût, le goût est particulier, même plus garçon... Le rouge les garçon le rosé les filles, c'est comme ça dans ma tête…
Moi je donne l'exemple de mes parents, mon père buvait du rouge à chaque repas, tous les midis, et ma mère c'était le rosé au restaurant ou en soirée comme ça… c'est peut être pour ça que j'ai cette image rouge-garçon, rosé-filles.

I : Si c'est une boisson d'adulte tu penses que tu seras amené à en boire quand tu seras adulte ?
S : Non, je pense que je n'aime vraiment pas assez pour en boire plus souvent.

I : Le vin est-il une boisson liée au luxe ?
S : Ça dépend, maintenant non c'est plus accessible, on peut en trouver comme ça dans chaque maison. Après c'est sur il y a les bon vins qui peuvent avoir des connotations luxe, mais après c'est accessible à tout le monde.

C. Le rite de passage

I : Te souviens-tu de la première fois où tu as goûté du vin ?
S : Non, mais je pense que c'était avec mes parents, une gorgée comme ça…

I : Si oui, quel âge avais-tu ? Avec qui ? Quel souvenir ou émotion en gardes-tu ?
S : Pas de souvenir ni d'émotion, je devais être au collège, j'avais 15 ans.

I : Quel était le but de cette première consommation ?
S : Pour me faire goûter, c'est sûrement moi qui ai du demander de goûter, comme on goûte le champagne…

D. La socialisation au vin

I : As-tu déjà vécu près d'une région vinicole ?
S : Non, après j'ai de la famille qui habites vers Montpellier, Nîmes, donc il a plus de vignes.

I : Cela a-t-il influencé tes consommations ?
S : Non du tout.

I : Dans ta famille, qui consomme du vin ? Pour qu'elles occasions ? Aimerais-tu reproduire ce modèle ?
S : Mon père. Avant c'était tous les jours, maintenant moins, et ma mère occasionnellement. Mais ce ne sont pas des grands consommateurs, c'est vraiment s'il y a un anniversaire ou quand la famille est là, pour se retrouver…

I : Aimerais tu reproduire le schéma de tes parents ?
S : Non.

I : Pourquoi ?
S : Déjà le vin ce n'est pas quelque chose qui m'attrait… Le vin ça ne me dit pas…

I : Pourtant tu en bois des fois?
S : Oui je vais en boire pour goûter, s'il y en a en soirée je vais en boire pour goûter… dans un restaurant si tout le monde prend du vin, je vais goûter, mais ça ne va pas être de moi-même.

I : Donc c'est plus via l'influence de tes amis ?
S : Oui, mais si je n'aime pas je ne vais pas me forcer.

I : Quel a été le moment où tu as réellement commencé à boire du vin et surtout à l'apprécier ?
S : J'ai commencé à apprécier le vin très récemment, genre l'année dernière où j'ai pu apprécier un vin. Je n'en consomme pas parce que je n'ai pas particulièrement l'occasion, mais maintenant je sais reconnaître depuis l'année dernière un bon vin, un vin fort d'un vin sucré…

I : Et ça tu ne l'aurais jamais imaginé avant ?
S : Ah ça c'est sur. (rire)

I : Cette consommation de vin a t'elle impacté la consommation d'autres alcools ?
S : Non.

I : As-tu ressenti une pression sociale face à la consommation ? Si oui en quoi ?
S : Non.

E. Le rapport aux autres alcools

I : Bois-tu d'autres alcools ?
S : Oui.

I : Si oui, bois-tu ces alcools dans le même but que le vin ?
S : Non, l'alcool quand j'ai vraiment commencé à en boire c'était vraiment dans le but de m'amuser, pour faire comme tout le monde. A partir de la troisième, tout le monde buvait donc tu as envie de boire, vers 15 ans je vais dire. Tu bois pour faire comme tout le monde parce que c'était cool de boire. Après, maintenant l'alcool c'est plus pour relâcher la pression, se mettre dans la soirée. Surtout cette année, t'as pas trop envie de sortir, t'es fatigué donc c'est sur que l'alcool aide un peu. Mais si je n'ai pas envie de boire je ne vais pas me forcer. Maintenant je peux m'amuser sans boire, alors qu'avant non, il fallait que je boive sinon je ne m'amusais pas…

I : Donc il y a eu un changement dans tes consommations de boire pour boire à boire si tu en as envie ?
S : Oui voilà je ne bois plus pour me retourner le crâne, c'est plus comme ça…

I : Pourquoi ?
S : Honnêtement, je pense qu'il y a eu deux, trois lendemain de soirée un peu difficile où tu te dis « ho non j'ai un peu déconné, je n'aime pas être comme ça, arrête… » Après aussi je sais que quand je suis arrivée en seconde, je suis arrivée dans un lycée où on n'était pas très nombreux de mon ancien collège. Et moi je suis très timide comme fille donc l'alcool m'aidait à montrer que je pouvais m'amuser, et montrer une autre facette. C'est vrai qu'avec l'alcool t'es plus trop timide tu fais un peu n'importe quoi, donc ça aussi ça a joué.

I : Tu as commencé le vin à la même période que tu as diminué l'alcool ?
S : Oui, je pense que j'ai commencé vraiment à boire du vin en terminale, et c'est entre la première et la terminale que j'ai ralenti mes consommations d'alcool, du moins que je sais un peu mieux boire…

I : Ça veut dire quoi mieux boire ?
S : Déjà connaître ses limites, savoir qu'à un moment il faut s'arrêter. Puis ouais on peut boire un ou deux verres pour se mettre dans l'ambiance et sa suffit, pas enchaîner… enchaîner…

I : C'est important ce savoir boire ?
S : Ouais, quand je vois des jeunes qui sont en troisième ou seconde comme quand moi je buvais, je me dis « ho j'étais peut-être un peu pareil » déjà dans le comportement, et tout ce qui est coma… ça y joue aussi…

I : Tu t'en rendais compte de ça ?
S : Non, mais après les lendemains, quand t'as été saoul, j'avais la honte sur moi, j'avais rien fait de spécial, je me disais « mais t'as trop bu… » Il y avait de la honte, pourtant il y en avait qui était dans des états bien pire… Mais après je me suis jamais retrouvé a vomir sur le bord d'un banc, ça ça m'est jamais arrivé, mais un peu trop faire la folle des choses comme ça, des choses débiles, évidemment le lendemain tu réfléchis…

I : Tu pense que ces deux moments où tu as bu moins d'alcool et tu as commencé le vin sont liés ?
S : Je ne sais pas, c'est dû a l'âge… on grandit... Je ne sais pas si c'est le vin qui m'a fait diminuer l'alcool. Je ne pense pas car je ne consomme pas assez de vin, mais c'est plus la maturité dans l'âge qui ma fait apprécier le vin et diminuer les alcools forts.

I : Avec les mêmes personnes ?
S : Oui, vu que c'est avec mes amis, ça reste lié, mais ce n'est pas dans les mêmes situations, le vin pour un repas, et les alcools pour les soirées.

I : Il n'y a jamais de vin dans les soirées ?
S : Moi non, je n'en bois pas. Mais il y a beaucoup de personne qui boivent que du vin. C'est du vin en cubi, ce n'est pas le plus cher ni le plus pourri, parce qu'il faut quand même que ça ait un bon goût…

I : Bois-tu autant d'alcool que de vin ?

S : Plus d'alcool que de vin, l'alcool c'est pour les soirées. Cette année je ne peux pas comparer mais pour l'année dernière, je sortais au moins une fois par mois, l'été tous les weekends, mais au moins une fois par mois.

I : De la même manière ?
S : Le vin j'en bois peu, l'alcool c'est pour s'amuser, pour se détendre. Le vin c'est plus pour une boisson que tu vas apprécier alors que l'alcool c'est pour boire… Enfin c'est plus pour boire le verre et les effets qu'il procure. Le vin c'est pour le goût et l'alcool pour l'effet, ce n'est pas le même but.

I : Trouves-tu que le monde du vin est assez tourné vers les jeunes ?
S : Non je ne pense pas. Déjà un bon vin il a un budget à mettre. Les jeunes on n'a pas ce budget. La connotation du vin pour moi c'est dans la journée un verre de vin le midi ou pendant un repas. Mais pour moi et mes amis, les jeunes qui m'entourent, il y a pas grand monde qui va boire un verre de vin dans un repas… je ne pense pas que ça soit tourné vers les jeunes de base... J'ai toujours cette représentation de l'adulte qui boit un verre de vin, ou dans les films le jeune qui boit un verre de vin comme ça, mais les jeunes en général non…

I : C'est un but à atteindre pour toi ?
S : Non.

I : Pourquoi ?
S : J'en consomme pas régulièrement, après mes goûts évoluent depuis que j'ai commencé à boire, peut être dans 5 ans je penserais différemment…

I : Qu'est ce qui devrait changer ?
S : Que ça soit plus destiné pour nous… on doit être beaucoup à avoir la connotation de boisson pour adulte. Puis si tu vas dans un bar je ne pense pas qu'il y ait du vin à boire comme ça… En fait on s'y connait pas niveau vin, faudrait nous apprendre, alors que les alcools tu vas dans un supermarché ya tous les alcools et voilà. Le vin faut savoir choisir, ya plus de goûts, de choix… Faudrait nous apprendre pour nous attirer.

I : Comment on pourrait vous apprendre ?
S : Hum…. Non en fait ce n'est même pas à eux de nous apprendre… ils ne peuvent pas nous apprendre, c'est bête. Pour moi ce n'est pas tourné vers nous, c'est plus en grandissant en devenant adulte qu'on a envie de consommer. Je pense pas en fait qu'ils aient quelque chose à faire, je pense que ça vient avec l'âge... ce n'est plus si nous on a envie. Si on boit un vin peut être on voudra en boire un autre. Si on découvre peut être au fil du temps on s'affine… en grandissant on choisira ce qu'on préfère et qu'on aime comme vin.

I : Tu pourrais revenir sur les supermarchés ?
S : Oui, si tu prends un alcool, comme un whisky, ça sera le même alcool quelque soit la marque ou la bouteille, alors qu'un vin il y aura plus de goût…

I : Pour toi, tous les rhums on les même goûts ?
S : Bhen oui, après il y aura la différence de prix. Si tu prends un whisky ça va être quasi le même dans la bouteille alors que le vin ça va pas être le même, si tu t'y connais pas tu ne peux pas choisir…

I : Si changement, consommerais-tu plus ?

S : Je ne pense pas que c'est le monde du vin qui doit changer mais peut être dans 5 ans si j'en re-goûtais un j'aimerais…

I : Merci beaucoup pour tes réponses.
S : Merci.

Annexe 7 : Entretien N°4

S : Je m'appelle Justin, j'ai 18 ans, je suis en terminale STMG, je vis dans un petit hameau dans le Tarn.

A. État de la consommation

I : Consommes-tu du vin ?
S : Pas vraiment, parfois dans des repas de famille mais c'est tout, peut-être une fois par semaine, mais vraiment pas plus.

I : A quelle fréquence ?
S : Plutôt rarement.

I : Pour quelles occasions ?
S : Dans des repas de famille.

I : Quel type de vin bois-tu ? Apprécies-tu ?
S : Du rosé, les autres je n'aime pas. Le rosé c'est plus fruité, je préfère. Après je bois de tout…

I : Cette consommation a-t-elle de la valeur pour toi ?
S : Non.

I : Bois-tu du vin lorsque tu es dans un groupe social particulier ? (réunion de travail, amis, famille)
S : En famille, mais des fois entre amis, si il y a des soirées… après tu bois ce que t'as…

I : Quel vin tu bois en soirée ?
S : Du blanc ou du rosé.

I : Du bon vin ?
S : Pas vraiment… Tu prends ce que tu trouves, ce qui traîne dans la cave... Je peux pas t'en dire plus, c'est pas moi qui choisi, c'est mes amis.

I : Au contraire, y à t'il un cercle social avec lequel tu t'abstiens de boire du vin ? Si oui, pourquoi ?
S : Non.

I : Y a-t-il, à ton sens, une « bonne manière » de boire du vin ?
S : Heu je ne sais pas tu prends ton verre et tu bois (rire)…. Ton ironique : Je sais, il faut trouver les saveurs….

I : Le vin est-il de l'alcool ?
S : Oui.

I : Y a-t-il une différence entre vin et alcool ?
S : Non, pas vraiment.

I : Y a-t-il une différence entre vin et alcool dans tes consommations ?
S : Oui, je bois moins de vin.

B. Les représentations du vin

I : Que représente le vin pour toi ?
S : C'est l'alcool des grands, celui de nos parents… heu… c'est plutôt réservé aux repas, c'est pas pour l'apéro.
J'ai toujours vu les gens boire pendant les repas… Je ne sais pas, je l'associe aux adultes, c'est eux qui l'achètent, c'est eux qui le choisissent, c'est eux qui en consomment… pour moi c'est comme ça.

I : A-t-il une connotation positive, ou bien négative ?
S : Plutôt positive.

I : Le vin est-il une boisson liée au luxe ?
S : Ah… ça dépend en fait… T'as des vins de table et d'autres plus chers…

C. Le rite de passage

I : Te souviens-tu de la première fois où tu as goûté du vin ?
S : Je sais pas… peut-être vers mes 15 ans, après je n'en garde aucun souvenir. Je suppose que c'était avec mon père.

D. La socialisation au vin

I : As-tu déjà vécu près d'une région vinicole ?
S : Non, après on n'est pas loin de Gaillac.

I : Dans ta famille, qui consomme du vin ?
S : Mon père, régulièrement. Quoi qu'en ce moment il en boit plus trop, avant c'était tous les jours, maintenant il boit de l'eau...

I : Aimerais-tu reproduire ce modèle ?
S : Non… Boire trop de vin ça fait alcoolique… Vaut mieux déguster, faut pas que ça devienne habituel de boire du vin, c'est mieux si c'est exceptionnel.

I : Quel a été le moment où tu as réellement commencé à boire du vin et surtout à l'apprécier ?
S : Ça n'a pas commencé, je l'apprécie pas tellement… Le vin rosé j'ai un peu commencé l'an dernier, le rosé piscine quoi, c'est le seul que j'apprécie. Mais le reste du temps j'en bois pas…Après ouais c'est sympa l'été parce que c'est frais, mais bon c'est comme une autre boisson, comme si tu buvais une bière ou un diabolo, c'est pareil pour moi.

I : As-tu ressenti une pression sociale face à la consommation ?
S : Non.

E. Le rapport aux autres alcools

I : Bois-tu d'autres alcools ?
S : Oui

I : Bois-tu ces alcools dans le même but que le vin ?
S : Bhen le vin c'est dans un but de faire comme les autres, genre à table… et l'alcool c'est dans le but de m'amuser, pour être plus joyeux, pour faire la fête, pour se libérer un peu plus, ouais pour se bourrer la gueule en fait… (rire)

I : Avec les mêmes personnes ?
S : Non, l'alcool en soirée avec les amis, le vin plutôt en famille, même si des fois il y en a en soirée.

I : C'est quel type de vin en soirée ?
S : Bhen je sais pas ce que c'est moi, franchement je regarde pas. Le vin pour moi, ça reste du vin.

I : Bois-tu autant d'alcool que de vin ?
S : Ah… Pareil une fois par semaine, mais c'est beaucoup plus concentré sur une même période… Après je compte pas mais genre si c'est une bonne soirée une bouteille sa passe, du whisky surtout. Le vin j'en bois moins.

I : Trouves-tu que le monde du vin est assez tourné vers les jeunes ?
S : Non, c'est plus pour les plus âgés, à partir de 35 ans…

I : Qu'est ce qui devrait changer ? Si changement, consommerais-tu plus ?
S : Bhen un peu plus de marketing, de publicité, qu'ils changent le design des bouteilles… Mais bon, même s'ils font ça peut-être que j'aurais pas forcément envie d'en boire plus...

I : Merci beaucoup pour tes réponses.
S : Merci.

Table des figures

FIGURE 1 : CARTE DES VIGNOBLES FRANÇAIS....12
FIGURE 2. : DIFFUSION DE LA VIGNE ET DU VIN DEPUIS LES ORIGINES....16
FIGURE 3 : CANAL DU MIDI....17
FIGURE N°4 : NOMBRE MOYEN DE VERRES BUS LORS DE LA DERNIÈRE IVRESSE, SELON L'ÂGE ET LE SEXE....30
FIGURE N° 5: CONSOMMATION EN BAISSE ET BUDGET D'ACHAT EN HAUSSE....31
FIGURE N° 6: TRIANGLE DU MANGER....35
FIGURE 7 : BOUTEILLES DE VIN....38
FIGURE N°8: RÉPARTITION DES JEUNES DE 16 À 29 ANS EN 2009....40
FIGURE N°9 : TAUX DE MIGRATION DES JEUNES....41
FIGURE N°10 : TAUX D'ACTIVITÉ ET TAUX D'EMPLOI DES 15-29 ANS PAR TRANCHE D'ÂGES....42
FIGURE N°11 : GRILLE D'ÉVALUATION TYPE....75
FIGURE N°12 : FORMULE DE CALCUL D'ÉCHANTILLON....77

Table des tableaux

TABLEAU N°1 : CORRÉLATION ENTRE DÉVELOPPEMENT DU VIGNOBLE ET DÉVELOPPEMENT FERROVIAIRE....18
TABLEAU N°2 : COMPARAISON ENTRE VIN ET SODA....22
TABLEAU N°3 : IMAGINAIRE INDIVIDUEL ET COLLECTIF....24
TABLEAU N°4 : CONSOMMATIONS DE VIN (LITRES PAR HABITANTS)....31
TABLEAU N°5 : COMPARAISON ENTRE LES 15-19 ANS ET LES 20-24 ANS.....41
TABLEAU N°6 : PRÉSENTATION DES SUJETS DES 4 ENTRETIENS EXPLORATOIRES....45
TABLEAU N° 7 : CONSOMMATION D'ALCOOL EN FONCTION DE L'ÂGE ET ESTIMATION DE BUDGET....58
TABLEAU N°8 : EXEMPLE DE PLAN DE TRAITEMENT....77
TABLEAU N°9 : PLAN DE TRAITEMENT APPLIQUÉ....81
TABLEAU N°11 : GRILLE D'OBSERVATION....96

Table des matières

REMERCIEMENTS **7**

SOMMAIRE **8**

INTRODUCTION GÉNÉRALE **9**

PARTIE 1 : CADRE THÉORIQUE 11

Chapitre 1 : Le vin, un produit culturel français *12*

1. Le vin, pilier de la croissance et du rayonnement de la France 12
   1.1 Le vin en France 12
   1.2 L'histoire du vin : Entre économie et histoire 14
      1.2.1 Histoire et religion catholique 14
      1.2.2 Le commerce et le transport de vin en France 15
      1.2.3 L'impact du vin dans l'économie française en 2014 19

Chapitre 2 : Les consommations de vin ; entre imaginaire et social *21*

1. Le principe d'incorporation 21
2. La symbolique, une création de l'imaginaire 23
3. La symbolique du vin en France 24
   3.1 Perceptions et considérations des Français 24
      - Le vin et la vie 24
      - Le vin et l'identité française 25
      - Vin et plaisir 25
   3.2 Perceptions et considérations des jeunes 26
      Les divergences 26
      - Luxe et bon goût 26
      - Apprentissage et contrôle de soi 27
      Les ressemblances 27
      - Convivialité et plaisir 27

Chapitre 3 : Contexte et enjeux *29*

1. De la socialisation à la consommation 29
   1.1 Savoir boire et consommations des jeunes 29
   1.2 Le rite de passage 32
   1.3 Influence des pairs et buveur pluriel 33
2. Focus sur Midi-Pyrénées 35
   2.1 Les vins du Sud, un terroir culturel plaisant 35
   2.2 Les attentes des jeunes et leurs tendances de consommation 36
   2.3 Les réponses des viticulteurs, innovations et produits sur le marché 37
   2.4 Le marketing, un point noir pour le vin 38
3. Pré - Étude : Les jeunes de Midi-Pyrénées en 2016 : Définition de l'échantillon 39
   3.1 Qui sont les jeunes en Midi-Pyrénées ? 39

CONCLUSION DE LA PREMIÈRE PARTIE **43**

PARTIE 2 : HYPOTHÈSES 44

INTRODUCTION **45**

Chapitre 1 : Étude de l'hypothèse 1 : « L'appréciation et la consommation modérée de vin correspondent chez les jeunes à un passage vers la responsabilisation associée à l'âge adulte. » *47*

1. 5ème étape : l'adolescence, identité et confusion d'identité 47
2. 6ème étape : le jeune adulte 50

Chapitre 2 : Étude de l'hypothèse 2 : « Le consommateur peut être qualifié de « buveur pluriel », en cela, il adaptera ses consommations à la situation, au contexte, et à ses pairs.» *54*

1. Le consommateur 54
   1.1 La reproduction d'un comportement 54
   1.2 Le genre 55
   1.3 La région d'origine 56
2. La boisson 56
   2.1 Nos sujets et leurs représentations au vin 57
   2.2 Le niveau de vie 57
3. La situation 58

3.1 Le contexte guide le consommateur 59
3.2 Les pairs influencent le consommateur 59
Chapitre 3 : Étude de l'hypothèse 3 : L'association du vin au luxe et à la sophistication dans l'imaginaire tend à repousser la consommation de vin à un âge plus avancé. 61

CONCLUSION 65

PARTIE 3 : MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE 67

INTRODUCTION 68

Chapitre 1 : Les différentes méthodes 69
1. Les méthodes qualitatives 69
1.1 Les entretiens « semi-directifs » 69
1.2 Le récit de vie 70
1.3 Le focus group 71
1.4 Les étapes de réalisation 72
1.4.1 La conduite des entretiens : Les 4 temps 72
1.5 L'observation 74
2 Les méthodes quantitatives 76
2.1 Questionnaires quantitatifs 76
Chapitre 2 : Méthodologie probatoire convenant à l'ensemble des hypothèses 80
1. La définition de l'échantillon 80
2. L'application du plan de traitement 80
3. Questionnaire 83
Chapitre 3 : Méthodologie probatoire convenant à l'hypothèse 1 90
Chapitre 4 : Méthodologie probatoire convenant à l'hypothèse 2 92
Chapitre 5 : Méthode probatoire pour l'hypothèse 3 95
1. L'observation 95
2. L'entretien semi-directif 97

CONCLUSION GÉNÉRALE 99

BIBLIOGRAPHIE 101

TABLE DES ANNEXES 105

PARTIE 4 : ANNEXES 106

ANNEXE 1 : LES LIGNES DU VIN 107

ANNEXE 2 : ARTICLE DU GRIS GROUPE DE RECHERCHE SUR L'IMAGE EN SOCIOLOGIE "IMAGE, SYMBOLE ET SOCIOLOGIE". 108

ANNEXE 3 : GUIDE D'ENTRETIEN 115

ANNEXE 4 : ENTRETIEN N° 1 117

ANNEXE 5 : ENTRETIEN N°2 122

ANNEXE 6 : ENTRETIEN N°3 128

ANNEXE 7 : ENTRETIEN N°4 134

TABLE DES FIGURES 137

TABLE DES TABLEAUX 137

TABLE DES MATIÈRES 138

Résumé

Ce mémoire tient en un constat : les jeunes boiraient soi-disant mal, et leur comportement envers l'alcool serait dit « à risque ». Le but de ce mémoire, serait donc de voir quel est le rapport des jeunes avec l'alcool, en se concentrant plus particulièrement sur leur lien avec le vin et l'introduction de ce dernier dans la vie des jeunes. A travers ce travail, nous retracerons l'histoire du vin en France et analyserons les différences de consommations entre les jeunes et leurs aînés, mais aussi leurs représentations au vin. Nous travaillerons aussi sur différents concepts tels que le « triangle du manger », le savoir boire, la distinction, le rite de passage ou encore le principe d'incorporation. Ce travail sera aussi appuyé par des entretiens réalisés auprès de jeunes, de 18 à 23 à Toulouse, afin de nous rapprocher le plus possible de notre échantillon qui sera « les jeunes de 18 à 25 ans à Toulouse ». Ainsi, nous analyserons et exposerons notre problématique ainsi que les 3 hypothèses qui en découlent, avant d'amener tous les éléments nécessaires concernant notre méthodologie pour l'année à venir.

Mots clefs : jeunes – vin - représentations mentales – comportements - savoir boire

Abstract

This memoire was made from an assessment : the young people would supposedly drink wrong, and their behaviour regarding to alcohol is said to be "at risk". The purpose is to find out what is the relationship between young people and alcohol, focusing particularly on their link with wine and its insertion in young people's life. Through this work, we recount the story of wine in France and we will analyse the differences of consumption between people of two different generations, and their representations about wine. We will work on different concepts such as the "triangle du manger", the how-to-drink knowledge, the distinction, the rite of passage, and the principle of incorporation too. This work will be supported by serval interviews of 18 to 23 years old persons from Toulouse in order to get as close as possible of our sample "young people from 13 to 25 in Toulouse". In this way, we will analyse and display our problem so as the three assumptions that followed on from, before steering the methodological elements regarding the coming year.

Keywords : Young people – wine – representations - behaviours – "savoir-boire"