

IN VINO VERITAS ? LES LANGAGES DES ÉTIQUETTES DE VIN

Gilbert GARRIER

Gilbert GARRIER

Centre Pierre Léon

« *Est hic quaestio...* », dans ce petit billet que les hommes de loi accrochaient à leurs épais dossiers procéduriers, se trouverait, selon les dictionnaires, l'origine étymologique du mot étiquette : « un petit billet que l'on met sur quelque chose pour annoncer ce qu'il est » (Dictionnaire de Richelet, 1680). Inutile auparavant, puisque le vin ne se mettait pas et ne se conservait pas en bouteilles¹, l'étiquette n'apparaît que vers le milieu du XVIII^e siècle, attachée par une ficelle et de la cire au goulot des premiers flacons.

Sa fonction originelle est donc d'information sur le contenu d'un récipient opaque, comme pour les marques des potiers et des négociants sur les amphores romaines, comme les mentions au fer rouge sur le fond des tonneaux au début du XVIII^e siècle : « Claret de Bordeaux », « Médoc », « Côte du Rhône² ». L'acheteur et le consommateur sont informés de la nature du produit, de la provenance, parfois de l'année.

C'est au début du XIX^e siècle que l'étiquette se colle sur le flanc de la bouteille. Plus large et plus haute, elle bénéficie des techniques de la lithographie et

1 - Sur le passage du tonneau à la bouteille, voir GARRIER (Gilbert), *Histoire sociale et culturelle du vin*, Paris, Bordas, 1995, p. 96-104.

2 - Appellation « contrôlée » par un édit royal de 1729, restreinte à l'origine aux vins d'une dizaine de paroisses gardoises de la rive droite du Rhône autour de Roquemaure, MABY (Jacques), *La trame du vignoble. Géographie d'un succès viticole en vallée du Rhône*, Avignon, A. Barthélemy, 1995.

3 - RENOY (Georges),
*Le Livre de l'étiquette
du vin*, Bruxelles,
Racine, et Paris, Vilo,
1995. Réédition
complétée de *Les
Étiquettes de vin*.
Un monde merveilleux,
Bruxelles, Rossel,
1981.

4 - Ou
« éthylabélophiles »
(Belgique) et
« œnosémiophiles »
(Suisse). En France,
l'Association nationale
d'œnographie a son
siège à Furdenheim
(67117), 2, route de
Molsheim.

5 - Un vin blanc de
Champagne. Était-il
« tranquille » ou
« mousseux » ?

6 - Pour ce dernier, il
s'agit d'une « Crème
de Bouzy » (1846).
La mention de
provenance régionale
« Champagne »
n'apparaît pas avant
la fin du Second
Empire.

7 - JUNG (Hermann),
*Visitenkarten des
Weines*, Duisbourg,
Carl Lang Verlag,
1966.

8 - Selon une
hiérarchie mise en
place vers le XII^e siècle.

de la fabrication en série. Elle revêt alors une fonction d'illustration, pour « habiller le vin » et attirer l'œil. Cette double fonction d'information et d'illustration peut donc résumer deux siècles d'histoire.

✱

La plus ancienne étiquette conservée serait celle d'un vin rhénan, un Liebfrauenmilch de 1800³ : sur un fond bleu et or de pampres entrelacés, l'identité du vin est accompagnée de celle du négociant, Theodor Brass d'Offenbach, et de l'indication à la plume du millésime dans un cadre réservé. Laissons aux collectionneurs et aux œnogrophiles⁴ passionnés les débats sur l'antériorité d'autres étiquettes non millésimées, comme celles qui s'accrochaient au col des flacons de genièvre, de crème de moka, de ratafiat de Grenoble, d'eau de cannelle ou de noyaux, ou celles qui identifiaient un vin de Sillery⁵ mis en bouteille par le négociant Labour pour l'Hôtel des Américains à Paris, rue Saint-Honoré.

Trois grandes régions productrices de vins renommés entreprennent l'étiquetage de leurs chères bouteilles : le vignoble rhénan (et mosellan), la Champagne et le Sauternais. Entre 1820 et 1840, sont ainsi signalés à la clientèle fortunée le Hochheimer de P.A. Mumm à Cologne, le Rudesheimer de P. Ditthey à Rüdesheim, le Steinberger de Theodor Brass à Offenbach ; le « Sillery grand mousseux » de la maison Irroy à Mareuil-sous-Ay ou la « Fleur de Sillery » de Forest-Fourneaux à Reims précèdent de peu Bollinger, De Venoge, Joseph Perrier ou le duc de Montebello⁶ ; en Sauternais, le château d'Yquem use encore d'un sceau de verre sur le col de la bouteille et les premières étiquettes, très sobres, sont confectionnées en 1858 par les négociants Barton et Guestier.

Cette relative lenteur est à mettre partiellement au compte des contraintes

de la lithographie. En Allemagne, c'est le Pragois Alois Senefelder, établi à Munich, qui substitue, en 1796, aux coûteuses plaques de cuivre les pierres calcaires de l'Isar ; dès 1799, il peut assurer des tirages multiples à bon marché et introduire progressivement la polychromie⁷. En France, c'est vingt ans plus tard que le Bordelais Cyprien Gaulon obtient, en 1818, son brevet de lithographe ; son talent de calligraphe et de décorateur sera exploité par son gendre, l'imprimeur Michel Westerwald.

Pour quelle clientèle et pour quelles fonctions ? Telle est la question essentielle pour l'historien du vin et de la société. Au XIX^e siècle paraissent coexister trois types d'étiqueteurs. Les producteurs sont encore rares car la vente du vin en bouteilles reste exceptionnelle : quelques Rhénans, Champenois et Bordelais la pratiquent pour une clientèle très réduite et encore très mal connue. Les négociants, en revanche, qui achètent leurs vins en gros et les revendent au détail, multiplient les mises en bouteilles et sont de gros utilisateurs d'étiquettes. Elles sont collées sur les bouteilles ou remises à la clientèle qui en fera ou non usage. L'étiquette du négociant est une vignette ornementale, dont les mentions sont totalement libres. Chacun peut faire ce que bon, c'est-à-dire « commercial », lui semble, en recherchant aussi le moins onéreux. Au XIX^e siècle, on préfère le pompeux, le majestueux, à grand renfort d'armoiries, de sceaux, de lions, de médailles, d'étoiles et de couronnes : le bleu, le vieil or et le rouge sont les trois couleurs préférées⁸. Dans ce concours d'exubérance, l'Allemagne reste la première. L'information se limite au nom prestigieux du cru et à la raison sociale du négociant. Il n'y a nulle indication de provenance et pas toujours de millésime puisque des assemblages d'années différentes se pra-

tiquent. Le troisième cas est celui du particulier qui achète en fût, fait procéder dans sa cave à une mise en bouteille par les employés du négociant et colle l'étiquette de son choix qu'il a directement commandée à un imprimeur. De la simple blancheur à la surcharge polychrome, toutes les exigences de cette clientèle étaient satisfaites et les provenances indiquées parfois sujettes à caution. Balzac se moque des prétentions de l'incompétente Mademoiselle Thuillier⁹, tandis qu'Émile Augier insiste sur la vaniteuse compétence de Monsieur Poirier qui fait servir à un duc, un Pommard de 1811, « Année de la Comète » : « le roi n'en boit pas de meilleur¹⁰ ».

Cent cinquante ans plus tard, alors que le vin se négocie, s'achète et se consomme en bouteilles dûment étiquetées et qu'ont proliféré depuis le début de ce siècle les législations théoriquement les plus contraignantes et les contrôles et sanctions en apparence les plus sévères, qu'en est-il de cette fonction informative de l'étiquette ? Elle est désormais commandée à des milliers d'exemplaires par les producteurs comme par les négociants. Cinq mentions sont obligatoires pour toutes les catégories de vins : le pays d'origine¹¹, la classification du vin¹², le volume de la bouteille, l'identité du responsable légal de la mise en circulation du vin, la teneur en alcool. Toutes les autres mentions sont facultatives. Certaines sont fort appréciées : ainsi le cépage pour les A.O.C. d'Alsace ou, plus récemment, les vins de pays ; ainsi, le mode d'élaboration (primeur, sur lie, vendanges tardives, etc...) ; ainsi, le millésime qui, comme en Bourgogne, peut s'afficher sur une collerette ; ainsi, des mentions traditionnelles qui précisent la provenance (cru, cru classé, villages, etc...), mais laissent volontairement dans le flou l'identité codée de l'embouteilleur¹³ ; ainsi la

dénomination de l'exploitation (domaine, mas, clos et, naturellement, château) ; ainsi des arguments commerciaux comme des sélections (tastevinage, goustillonage, etc...) et surtout des médailles. D'autres, fantaisistes ou prétentieuses, n'apportent rien mais peuvent, hélas, séduire. Je cite un peu au hasard : « grande cuvée ou cuvée réservée » (par qui, à qui et comment ?), « unique au monde », « vin préféré » de tel roi¹⁴, « mise en bouteille au château¹⁵ ».

On le comprendra : la vérité du vin n'est toujours pas sur l'étiquette. Heureusement, depuis une dizaine d'années, nous est venu de l'étranger, principalement d'Italie, l'usage d'une contre étiquette. Sur l'autre face de la bouteille, elle nous informe sur la région de production, sur l'encépagement du domaine, sur le mode de vinification et de vieillissement¹⁶. Des conseils avisés sont donnés sur la conservation et sur la consommation du vin : température de service, relation avec les mets. De telles initiatives sont à encourager qui pourraient faire une plus large place encore à l'histoire d'un cru ou d'un domaine et fournir une ou deux vues des vignes. Une fiche cartonnée remplacerait avantageusement cette contre étiquette et se conserverait après boire dans une modeste boîte, œnothèque en miniature¹⁷. Boire du vin, c'est boire de l'espace et du temps, ai-je souvent écrit et proclamé. Je persiste. Il faut matérialiser le souvenir.

*

Aujourd'hui, c'est leur fonction décorative qui fait conserver les étiquettes¹⁸ et peut ordonner le classement autour d'une dizaine de thèmes.

Les plus descriptives restituent les travaux et les jours du vigneron dans ses vignes, dans son cuvage, dans sa cave. Elles mentent doublement en gommant

9 - *Les Petits Bourgeois*, 1844, roman inachevé.

10 - *Le gendre de Monsieur Poirier*, 1854, réplique du *Bourgeois gentilhomme*.

11 - Seulement pour les vins destinés à l'exportation. Elle est facultative mais très fréquente pour les autres.

12 - Vin de table, vin de pays, AOVDS et AOC.

13 - Parfois même, l'embouteilleur est imaginaire, prête-nom ronflant (Marcel Vignoule, par exemple) d'une société commerciale ou d'une cave coopérative. Avec son logo « Vin mis en bouteille par le vigneron récoltant » dans l'angle supérieur gauche de l'étiquette, le Syndicat national des caves particulières réagit sainement contre de tels abus.

14 - HENRI IV devance largement LOUIS XIV. En revanche, les présidents de la République sembleraient n'avoir pas eu de préférence. Et pourtant quelles belles caves que celles de l'Élysée !

15 - Y compris pour des vins de coopératives ! Sur plusieurs scandales récents du Bordelais, voir la thèse de droit de Caroline LAMPRE, *La Conspiration des étiquettes*, Bordeaux,

Féret, 1993, qui se lit comme un roman policier.

16 - En particulier l'utilisation du tonneau de chêne neuf, supplément de qualité pour quelques grands vins, dénaturation abusive pour d'autres, salutaire panacée pour tant de vins médiocres.

17 - C'est l'heureuse initiative d'une grande chaîne de distribution belge, les établissements Delhaize-Le Lion.

18 - Du moins, quand elles sont décollables... Les techniques modernes de fabrication font le désespoir des œnographiles. Et que penser des bouteilles sérigraphiées ou peintes ? (*Les Arts du vin*, catalogue de l'exposition du Crédit communal de Bruxelles, nov. 1995 - mars 1996, 295 p.).

19 - L'expression, fort juste, est de Georges RENOY (*op. cit.*, p. 94).

20 - MABY (Jacques), *op. cit.*, p. 140-142.

21 - C'est la « Triade romaine » des excellents vins du domaine de la Tuilerie. A Beaucaire, Hervé DURAND vinifie « à la romaine » et commercialise ses vins en amphores miniaturisées : le contenant tient lieu d'étiquette.

la pénibilité des tâches et en occultant soigneusement la mécanisation temporaire. On chercherait en vain les traitements au tracteur enjambeur et à la rampe de pulvérisation comme les récoltes à la vendangeuse mécanique. En revanche, à travers les costumes et les décors, les techniques anciennes sont privilégiées : vendanges au panier et à la hotte d'osier tressé, foulaison aux pieds, vieux pressoirs de bois, entonnage et soutirage du vin à la lumière d'une bougie. Les vigneronnes sont moustachus, les vigneronnes accortes et souriantes. On rit, on chante, on danse et on boit. C'est l'image d'une fête que devrait faire revivre le vin de la bouteille ainsi étiquetée : et le nom donné à ce vin, vin de table ou vin de pays, y fait écho, Chibrelly, Gavotte, Rigodon, Pisse-Dru ou Paradis.

A l'opposé de ces références modestes, simples, rustiques et populaires, d'autres étiquettes prétendent suggérer de nobles origines à des vins qui ne les possèdent pas toujours. A grand renfort de parchemins, on se tourne vers le médiéval et le gothique fait fureur. Les graphismes sont délibérément anachroniques, souvent maladroits et balourds, agrémentés d'écussons, d'armoiries, de symboles ecclésiastiques et d'attributs pontificaux. Cette « noblaillerie¹⁹ » d'emprunt s'exprime aussi à grand renfort de faux cachets de cire et de couronnes. Il arrive même que l'étiquette soit artificiellement tachée d'humidité ou rongée par des rats... de cave. Comme si un vieillissement pluri-séculaire ainsi suggéré pouvait conférer au vin une authenticité qui plongerait ses racines dans les profondeurs du temps.

On peut obtenir le même résultat par un procédé différent, celui du recours à l'histoire événementielle précisément datée dans ses monuments et dans ses situations. Même si, en plusieurs

lieux, la vigne n'apparaît qu'au Moyen-Âge ou bien plus tard, des origines romaines ou gallo-romaines sont évoquées par des arènes, des arcs de triomphe, des temples, des bas-reliefs, des statues ou des mosaïques. Plus authentiquement, lorsque l'appellation des Costières du Gard est devenue en 1989 Costières de Nîmes²⁰, la brillante civilisation gallo-romaine qui avait planté les tout premiers vignobles offre à l'étiquetage ses monuments mondialement connus : les Arènes, la Maison Carrée et le Pont du Gard²¹. Chez nos voisins suisses, de superbes étiquettes associent avec bonheur la fidélité historique et l'esthétique du graphisme : celles de Robert Héritier reproduisent des vitraux valaisans pour les Fendant, Malvoisie, Dôle, Arvine et Amigne de la maison Maye à Riddes ; celles de l'imprimeur vaudois Max Roth de Denges-Lausanne peignent des costumes et des décors de la Renaissance avec une méticulosité d'horloger.

Le recours aux grands hommes fournit aussi une longue galerie d'amateurs de vins véritables ou supposés. Cela va de Jules César qui n'en buvait pas à nos hommes politiques contemporains qui préfèrent d'autres ivresses. Les garants d'ancienneté et de qualité les plus recherchés sont François I^{er}, prétendu amateur des vins de Loire, Henri IV, le plus éclectique puisque, selon les étiquettes, il a dû partager ses soifs entre le Jurançon, le Madiran, le Claret de Bordeaux, l'Hermitage, le Givry et le vin blanc de Suresnes, Louis XIV que ses médecins convertirent des vins blancs tranquilles de la Champagne (Sillery) aux vins rouges de Bourgogne jugés moins dommageables à la royale goutte, Napoléon I^{er} qui, certes, buvait bon mais très peu et soignait son ulcère au Chambertin, Alphonse de Lamartine, piètre buveur mais grand propriétaire de

vignes²². Mais que dire de la « Cuvée Voltaire » d'une maison bourguignonne, dont cet « homme de goût » aurait été l'ancien client ?

L'histoire fournit aussi à l'étiquetage des vins ses grands événements contemporains et ses commémorations. Pour chaque septennat, naissent les cuvées des candidats et, pour le vainqueur, la « cuvée présidentielle ». En 1986, le centenaire de la statue new-yorkaise de la Liberté fait fleurir les trois couleurs bleu blanc rouge des deux nations associées ; le champagne Leclerc Briant y ajoute même la reproduction des deux timbres du « 1^{er} jour » (4 juillet 1986). En novembre 1988, s'embouteillent des « vins du Poilu » et des « cuvées de l'Armistice ». Quant au bicentenaire de la Révolution française, il déclenche une avalanche d'étiquettes évoquant en trois couleurs la gloire des Sans-Culottes, des preneurs de la Bastille et des proclamateurs des Droits de l'homme ; comme il ne faut pas déplaire aux acheteurs étrangers, rien n'est dit des succès des armées révolutionnaires puis impériales. La visite du pape en France le dispute au centenaire de l'école laïque.

A l'échelon régional ou local, d'autres événements se célèbrent aussi par l'étiquette des « cuvées spéciales ». Ils peuvent être spécifiquement viticoles, comices ou concours. Ils sont souvent sportifs : la maison Eschenauer de Bordeaux embouteillait chaque année sa « Cuvée spéciale des Girondins » ; les finales du championnat de France de rugby dans toutes les divisions montent en étiquette les équipes victorieuses. Ils peuvent être littéraires comme, pour les Côtes du Forez, la cuvée spéciale de la Fête du livre de Saint-Étienne, ou, pour les vins du Mâconnais, la cuvée des Écrivains du vin ; les maîtres vigneron de la presqu'île de Saint-Tropez représentent depuis 1991 les personnages provençaux

de Marcel Pagnol. Il y a des étiquettes humoristiques qui font rire, des étiquettes grivoises qui font sourire²³.

La femme, sous toutes ses allures, est thème de collection : l'élégante évanescence des bouteilles de champagne, la joyeuse vendangeuse, verre en main ou grappe en bouche, des vins de pays, la friponne très largement sinon totalement dénudée de la « cuvée des gastronomettes » (Apremont, Savoie), de la « cuvée amoureuse » (Ribeauvillé, Alsace), du « primeur passion », ou de la « cuvée érotique » (SARL La Goulette à Codolet, Côtes-du-Rhône, qui reproduit les pin-up d'Aslan). De telles ambassadrices du vin sont-elles persuasives et le contenant ainsi « valorisé » (?) ne l'emporte-t-il pas sur le contenu²⁴ ?

Puisqu'il s'agit de donner à rêver, on peut préférer le choix d'un dernier thème plus bucolique pour des bouteilles « à mettre entre toutes les mains » : des fleurs et des oiseaux. Les créations contemporaines de Claude Clévenot à l'imprimerie du Clos du Moulin (Belleville-sur-Saône, Rhône)²⁵ associent la précision du dessin botanique et la délicatesse des couleurs pastel utilisées. Ces dernières ont à elles seules une puissance évocatrice : ainsi la série destinée aux vins de pays de la sélection Georges Dubœuf, fait contraster le violet intense d'un iris (syrah) et le parme délicat d'une clématite (gamay) ; la fleur du chardon suffit à évoquer le chardonnay²⁶, tandis que le coquelicot exprime la vigoureuse couleur vermeille du beaujolais villages nouveau. Restons dans cet accueillant Beaujolais pour mentionner les oiseaux de Louis Tête, rouge-gorge, rouge-queue ou bouvreuil pivoine. D'Helvétie et d'Italie, arrivent à tire d'aile l'aigle, le faucon, le coq de roche ou le canard col vert. Et, si l'on veut bien chercher la petite bête, on découvrira une discrète cigale sur les

22 - La très savante et très active Académie Lamartine de Mâcon a cédé à la cave de Prissé le droit de reproduire un petit pavillon de musique contre une rente annuelle en bouteilles de Saint-Véran.

23 - Sur ce thème comme sur le suivant, il est bien regrettable de ne pouvoir accompagner cet article d'aucune des nombreuses reproductions distribuées aux participants de la table ronde.

24 - Et que dire de ces marques dites « commerciales » : « Trinquamour », « Folamour », « Brindamour », « Feu d'Amour », « Sein de Vénus », « Cuisse de Bergère », etc. ?

25 - Qui a poursuivi et multiplié les séries conçues par Pierre ALBUISSON pour la défunte imprimerie Marchand de Thoisy (Ain).

26 - En voie royale de mondialisation mais aux origines toujours mystérieuses : voir les articles de Pierre GALET et de Gilbert GARRIER dans un numéro de la *Revue des Cœnologues* (72, juin 1994).

27 - « L'Étiquette de vin. Tendances contemporaines », Musée des Arts Décoratifs.

28 - « Les Arts du vin », Galerie du Crédit Communal, *Catalogue, op. cit.*

29 - TAITTINGER (Claude), *Champagne par Taittinger*, Paris, Stock, 1996.

30 - La commande émanait du Cellier des Samsons, à Quincy-en-Beaujolais.

31 - ROTHSCHILD (Philippine de), *Mouton Rothschild. Paintings for the Labels*, Boston, 1983.

32 - Reproduite dans *l'Histoire sociale et culturelle du vin*, planche LXIV. L'œuvre, une *Bacchanale*, datait de 1959 mais ne fut utilisée qu'en 1973, en hommage au peintre, l'année de son décès.

33 - Grand changement en 1973 : sous Georges POMPIDOU et grâce à lui, Mouton-Rothschild est devenu premier cru classé.

étiquettes du Crozes-Hermitage de Mathieu Carlier.

*

D'autres graphismes contemporains d'étiquettes délaissent ces représentations pourtant si suggestives de différentes réalités et donnent résolument dans l'abstraction et le non-figuratif intégral. Certes, des couleurs habilement choisies et assemblées sont susceptibles d'évoquer merveilleusement les caractères d'un terroir donné, voire même d'un vin fortement typé : des créations récentes de Claude Clévenot pour Georges Dubœuf en témoignent. Mais que penser de ces vignettes qui remplacent les aquarelles en délayant les couleurs dans des vins blancs ou rosés ?

L'art de l'étiquette serait-il devenu tout simplement un art ? Une exposition à Lausanne en 1990²⁷, une autre à Bruxelles en 1995-1996²⁸ pourraient nous en convaincre, à travers de multiples jeux de formes et de couleurs. Un peu partout, d'authentiques artistes et parfois les plus grands travaillent sur des commandes passées par les producteurs et les négociants des meilleurs vins de France. Taittinger fait peindre intégralement ses bouteilles de champagne par Vasarely, Masson, Lichtenstein, Armand ou Da Silva²⁹. Dès 1958, le peintre Foujita dessinait la rose du Cordon Rosé de Mumm. Le festival musical annuel des grands crus de Bourgogne associe chaque année, de Chablis à Cluny, les concerts et les dégustations ; une récente série du Clos du Moulin³⁰ associe un instrument de musique particulier à chacun des dix crus beaujolais.

Comme aux origines, mais avec l'appoint considérable de toutes les techniques modernes, les étiquettes des grands vins nous renvoient à un élitisme certain. L'histoire plus que séculaire, des étiquettes Mouton-Rothschild peut fournir un dernier exemple. En 1856, un an

après le « grand classement » de 1855 où il n'obtint que le second rang, le domaine de Brane-Mouton est acheté par le banquier Nathaniel de Rothschild à un autre banquier parisien Isaac Thuret. L'étiquette « Brane-Mouton » devient « Mouton-Baron de Rothschild propriétaire ». L'image tristement banale d'une villa cossue apparaît en 1882 sous James II. En 1921, Henri de Rothschild opte enfin pour Mouton-Rothschild et ajoute sur l'étiquette l'emblème familial des cinq flèches. Tous ces banquiers se sont docilement conformés aux usages et aux demandes des négociants.

Héritier du domaine en 1922, à l'âge de vingt ans, le baron Philippe se comporte enfin en véritable viticulteur, fier de son domaine et de son vin. En 1924, il passe commande au peintre cubiste Jean Carlu d'une étiquette véritablement « révolutionnaire³¹ », où se retrouvaient un bélier, les cinq flèches et un château imaginaire. Cette étiquette est jugée « scandaleuse », tout particulièrement dans la bonne société des Chartrons, et, en 1928, le baron Philippe doit revenir à une facture tout à fait classique.

Il récidive en 1945 en confiant chaque année la partie supérieure (« chapeau ») de son étiquette à un artiste différent. D'une longue liste, émergent les signatures de Cocteau (1947), Braque (1955), Dali (1958), Mathieu (1961), Miro (1969), Chagall (1970), Kandinsky (1971), Picasso (1973)³², Hartung (1980), Delvaux (1985). Philippine de Rothschild continue la série en ajoutant la devise « Mouton ne change³³ ». En 1993, elle fait le choix de Balthus qui dessine aux fusains une silhouette nue de fillette impubère. Les ligues de vertus américaines déclenchent une violente campagne contre cette « pornographie enfantine ». Ne voulant pas courir le risque d'un procès trop largement médiatisé « Rothschild-alcool-sexe », la baronne

Philippine de Rothschild et son partenaire viticole américain Opus One renoncent à Balthus pour les 30 000 bouteilles (sur 300 000) vendues aux États-Unis. Un bandeau blanc y portera « la marque de la censure », car « on ne remplace pas Balthus ». Ainsi se concilie « l'éthique et l'étiquette³⁴ ».

Cette puissance évocatrice magnifiée par l'art peut apparaître comme la synthèse contemporaine entre l'information et l'illustration. Sans malheureusement offrir assez de garanties que l'on boit bon et même que l'on boit authentique, l'étiquette est une invitation à boire autrement et à boire mieux, à « consommer de l'espace et du temps³⁵ ».

34 - ROSKIS (Edgar),
Le Monde, 12-13 mai
1996.

35 - Sur la
signification de ces
deux adverbes et de
ces deux notions, nous
renvoyons au dernier
chapitre de *l'Histoire
sociale et culturelle du
vin*.