

---

## L'IMAGINAIRE DE LA VIGNE ET DU VIN: UN PATRIMOINE CULTUREL À PRÉSERVER.

THE IMAGINATION OF THE VINE AND WINE CULTURAL HERITAGE TO PRESERVE.

**Maryvonne Perrot**

Université de Bourgogne – France  
[maryvonne.perrot@u-bourgogne.fr](mailto:maryvonne.perrot@u-bourgogne.fr)

---

### RÉSUMÉ

Chanté par les uns, décrié par les autres, le vin est avant tout un produit-plaisir mais aussi un bien culturel qui renvoie aux origines et au développement de nombreuses civilisations. Planter une vigne, boire du vin, offrir du vin, c'est prendre place dans une chaîne patrimoniale, c'est générer de la convivialité et du rêve. Produit noble et chargé d'histoire, il peut aussi, grâce à l'œnotourisme, jouer un rôle dans la valorisation d'une éthique de la consommation intelligente.

### MOTS CLEF

Vin, Patrimoine, Images, Culture, Education

### ABSTRACT

Praised by some and criticized by others, the wine is primarily a product-pleasure but also a cultural object which refers to the origins and development of many civilizations. Plant a vineyard, drink wine, wine offer is to take place in a heritage chain, generate friendliness and dream. Product noble and full of history, it can also, through œnotourism play a role in promoting an ethic of intelligent consumption.

### KEYWORDS

Wine, Heritage, Images, Culture, Education

## 1. INTRODUCTION

Que le vin soit un produit marchand est indéniable. C'est en cela qu'il peut entrer dans une balance commerciale, voire servir à l'aménagement et au développement du territoire. Cependant le vin n'est pas non plus un bien de consommation neutre.

Chanté par les uns, décrié par les autres, il est avant tout un produit-plaisir mais aussi un bien culturel qui renvoie aux origines et au développement de nombreuses civilisations. Planter une vigne, boire du vin, c'est prendre place dans une chaîne patrimoniale. Bien plus, produire du vin, vendre du vin ou offrir du vin, c'est générer de la convivialité et du rêve.

C'est pourquoi l'art de la vigne et du vin est à appréhender comme un art aux deux sens du terme : une technique et une véritable création. En prendre conscience contribue à la construction de notre identité, comme nous voudrions le souligner ici.

## 2. LE VIN EN HÉRITAGE

Si la notion de patrimoine, comme celle de patrie, renvoie à la terre de nos pères et des pères de nos pères, selon la formule consacrée, quoi de plus révélateur de nos racines que la vigne. Vieilles d'au moins 7000 ans, la sélection des plants, la vendange et la fabrication d'une boisson fermentée à partir de raisins constitue l'une des traces les plus anciennes du genre humain.

Et si de nombreuses inventions sont plus ou moins dues au hasard, le processus de vinification doit cependant l'essentiel de son développement à la « culture », c'est-à-dire à la nature domestiquée et maîtrisée par la rationalité et la technique.

Selon des traces archéologiques, on le sait, dès la sortie du néolithique, le vin existe dans le Caucase puis sur le pourtour méditerranéen et en Orient. De nombreux témoignages artistiques nous montrent cette « Story telling » qui met en relief le parallélisme entre l'aventure humaine et l'expansion de la vigne et du vin. Quelques exemples très connus :

- ✓ Sur l'étendard d'Ur des scènes de banquets apparaissent (2600 environ avant Jésus-Christ)
- ✓ en Égypte, les peintures de la tombe de Nakht à Thèbes (14<sup>e</sup> siècle avant Jésus-Christ) témoignent de la vendange et du foulage.
- ✓ Chez les Hittites le bas-relief d'Ivriz (1<sup>er</sup> millénaire avant Jésus-Christ) montre l'importance de la vigne.
- ✓ À Pompéi, la fresque de la maison des Vettii, nous offre de charmants « putti », des amours vendeurs de vin.
- ✓ Enfin, beaucoup plus près de nous, au XVI<sup>e</sup> siècle, une des têtes composées d'Arcimboldo célèbre l'automne comme saison des fruits et principalement de la vigne.

Or l'abondance de ces références culturelles est révélatrice d'une dynamique sociale. La sociologie et surtout l'ethnologie nous ont en effet appris que la nourriture solide ou liquide sert de marqueur social au point de générer, encore aujourd'hui, dans un certain nombre de groupes sociaux, interdits ou diktats, comme l'endogamie ou l'exogamie, voire la promotion sociale. Nous sommes ce que

nous mangeons et ce que nous buvons. Aussi, peut-on soutenir que le vin en héritage dans les régions traditionnellement vitivinicoles modèle une identité sociale, comme il modèle les paysages ou l'architecture. Par exemple en Bourgogne, avec le château du Clos-Vougeot (Illus. 1) et plus communément avec la cabotte (Illus. 2), construction traditionnelle des vigneronns pour s'abriter au milieu des vignes.



Le Château du Clos-Vougeot (Illus. 1). Photo: G. Cloitre



Cabotte (Illus. 2). Photo J. B. Chabin

N'oublions pas également de signaler l'importance de la peinture de paysage et son retentissement sur l'identité paysagère. Le tableau de Van Gogh, *Vignes rouges à Arles*, en étant un des exemples les plus fameux.

L'ancrage de l'homme dans le terroir constitue donc bien un véritable enracinement dont la valeur symbolique et émotionnelle a de nombreux retentissements. Comme l'a montré J. Rochard aux Rencontres du Clos-Vougeot 2009, si le terroir est menacé (agressions de toute sorte, arrachage, abandon, etc.) ce support de valorisation économique du produit joue immédiatement dans le sens d'une dévalorisation. L'identité est altérée et les interactions entre terroir, producteurs, consommateurs et produits en souffrent.

L'une des preuves du rôle, cette fois positif, de la vigne et du vin dans l'affirmation d'une identité individuelle et sociale, nous est fournie par les vignobles d'immigration.

En ce qui concerne le Brésil et la vallée dos Vinhedos (Illus. 3), comme l'a souligné Cleodes Maria Piazza Julio Ribeiro aux Rencontres du Clos-Vougeot 2008, la tradition raconte que plusieurs immigrants italiens apportèrent des plants de vigne dans leurs bagages pour les cultiver dans le Nouveau Monde.



La Vallée dos Vinhedos (Illus. 3). Photo: J. Rochard

Même si, semble-t-il, cette transplantation directe n'eut pas une grande extension et s'il fallut attendre les années 1930 / 1940 pour voir se développer vraiment la viticulture au Rio Grande do Sul, la tentative de ces premiers immigrants est très révélatrice.

Transporter des plants, rêver de produire du vin, ne serait-ce que pour la consommation familiale, c'est vouloir conserver une identité revendiquée au-delà des frontières et des mers, c'est proclamer : « j'appartiens à une société vitivinicole, je suis un buveur de vin. J'appartiens à une famille qui maintient cet héritage ». Aussi, ce n'est pas un hasard si, plus récemment, certains propriétaires de domaines, dans l'Etat de Santa Catarina, au Brésil, tiennent à rendre hommage à leur famille, dans leur cave et dans leur production. *Villaggio Grando* correspond ainsi à une volonté de diversification et de valorisation du domaine familial (Illus. 4). Quant à l'hommage à sa mère d'Eduardo Bassetti, il est à cet égard à la fois émouvant et très significatif (Illus. 5).



Villaggio Grando (Illus. 4). Photo: M. Perrot



Bouteille en hommage de la mère d'Eduardo Bassetti (Illus. 5) Photo: M. Perrot

Bien entendu, le rôle capital des communautés religieuses et l'importance de la production de vin de messe n'est pas à négliger non plus historiquement, dans cette implantation des vignobles d'immigration en particulier en Amérique latine, mais elle va aussi justement dans le sens d'une affirmation forte de l'identité, cette fois religieuse. Tout se passe comme si le vin guérissait de l'exil, de l'abandon de sa terre natale.

Ainsi, les Huguenots français du vignoble sud-africain, deux fois exilés (de France, après la révocation de l'édit de Nantes et ensuite des Pays-Bas) en implantant une colonie au sud de l'Afrique sont encouragés par la compagnie des Indes occidentales à défricher et à développer la culture de la vigne pour favoriser leur implantation. Du XVII<sup>e</sup> siècle jusqu'à nos jours *Franschhoek* « le coin des Français » se plaît à maintenir un air de France aux abords du Cap de Bonne-Espérance et le vignoble est bien ici l'un des meilleurs marqueurs de l'identité française.

Mais que dire alors des nouveaux vignobles ? Ceux qui ne s'appuient sur aucun héritage local, sur aucune tradition locale préexistante, spatiale ou sociale. Certains vignobles de l'extrême, voire des vignobles « improbables » peuvent jouer surtout sur la surprise, l'exotisme, l'utopie, le défi et non sur un héritage, même emprunté.

À Tahiti par exemple il s'agit bien d'une « curiosité » qui sous-tend un habile marketing pour touristes jouant aussi sur la rareté, mais qui n'exclut pas une recherche de qualité.

Paradoxalement pour nous qui sommes tributaires de la loi Evin, l'implantation de la vigne peut répondre aussi à des préoccupations sanitaires. Au Vietnam par exemple, le gouvernement a promu un programme Vin pour tenter d'endiguer les méfaits sur la population des alcools paysans souvent frelatés. La culture d'une consommation plus modérée d'un alcool mieux maîtrisé tend ainsi à se développer.

Cependant la relation vignobles traditionnels / nouveaux vignobles est souvent plus complexe. L'exemple de la Chine semble à cet égard très significatif. De même que les Chinois « reconstruisent » en Chine des villages ou des quartiers de villes, des sites mondiaux célèbres, dans une exacerbation de l'imitation, de même des domaines viticoles se veulent souvent des copies ou des transpositions de l'existant. Mais les motivations ne relèvent pas de la contrefaçon. Il y a, outre l'aspect commercial, la volonté de s'enrichir de l'héritage culturel de l'autre, source de promotion sociale dans une société qui cultive maintenant toutes les formes d'élitisme, après avoir prôné

l'égalitarisme et le nivellement par le bas. D'où les « châteaux » chinois et les musées de l'art viticole qui y sont souvent accolés.

Le Château Tinlot, qui évoque à la fois un château bordelais et Chenonceau, témoigne bien du fait que la notion d'héritage, réel ou désiré s'il est inexistant au départ, hante ces nouveaux propriétaires, peut-être de nouveaux riches, mais qui ont parfois sincèrement à cœur cependant, et c'est leur côté sympathique, de se situer dans une chaîne patrimoniale, certes lucrative, mais comme si le « vin sans héritage » ne pouvait être qu'un produit frelaté, un produit dévalorisé, un produit dont l'aura imaginaire aurait disparu. Preuve que le vin en héritage est, pour l'homme, chargé d'images, de symboles, voire d'archétypes.

C'est pourquoi aussi sans doute le désir du vin est l'un des meilleurs catalyseurs de l'extension de la vigne ; les images prégnantes, leurs aura symbolique générant une passion du vin qui devient un véritable violon d'Ingres pour des personnalités ayant réussi dans d'autres domaines (banque, informatique, domaine médical, élevage, etc.). L'Inde et le Brésil sont riches d'exemples de ce type (Illus. 6) (Illus. 7).



Cave Monte Agudo, Santa Catarina, Brasil (Illus. 06). Photo: J. Rochard

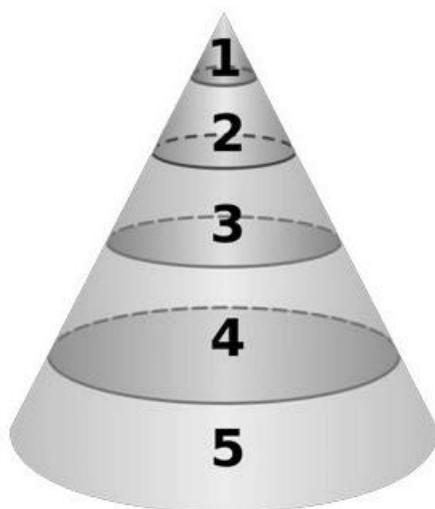


Cave Campos de Cima, Campanha Gaúcha (Illus.7). Photo: M. Perrot

## 2.1 Le vin et le rêve : images, symboles et mythes

Si, comme l'ont soutenu de nombreux philosophes, l'homme n'est pas seulement un être de besoins mais aussi un être de désir, une aura symbolique, des images marquantes s'attachent aux grandes réalités existentielles.

Ainsi, la vigne et le vin, la cave, renvoient-ils à un réseau parfois subliminal d'images, de symboles, d'archétypes souvent tapis dans les profondeurs du psychisme. Mais ces noyaux de signification et d'affects n'en ont pas moins un impact indéniable sur nos pensées et nos conduites. L'imaginaire pèse plus ou moins sur chaque conscience pour l'aider à construire le sens de sa vie et de ses actions. De surcroît, comme l'ont montré les psychanalystes et en particulier Jung, l'inconscient n'est pas qu'un élément obscur, caché de notre moi profond, lié à notre histoire individuelle, il existe aussi un inconscient collectif, sorte de réservoir culturel d'images, de mythes, de symboles qui à la fois alimente la littérature, les arts, les créations humaines en général, en même temps qu'il s'en nourrit (Illus. 8).



**La psyché selon Jung**

- 1. le Moi**
- 2. le conscient**
- 3. l'inconscient personnel**
- 4. l'inconscient collectif**
- 5. la partie de l'inconscient collectif, dite « inconscient archaïque ».**

La psyché selon Jung (Illus. 8). Source: C. G. Jung

C'est pourquoi chacun de nous n'est pas seulement l'expression de son histoire individuelle, il est aussi et surtout un microcosme, un concentré, un miroir de cette histoire universelle. Par exemple, on le sait, pour Jung dans le fameux complexe d'Œdipe, en étant amoureux de sa propre mère, le jeune garçon est avant tout attiré par l'image ancestrale de la Mère, l'archétype de la Mère dira Jung, tel qu'il apparaît dans l'histoire collective.

Qu'en est-il alors de l'imaginaire de la vigne et du vin, des archétypes qui lui sont attachés et qui résonnent de tout un patrimoine culturel plus ou moins enfoui ?

Si l'on examine l'origine d'un certain nombre de civilisations, l'image du vin paraît d'emblée sacralisée. Le vin est soit la boisson des dieux, soit une boisson permettant à l'homme de communiquer avec le divin. En cela, la vigne et le vin jouent un rôle capital dans les cultes païens et judéo-chrétiens.

À Ougarit le vin était l'offrande par excellence faite aux dieux et le dieu El est représenté une coupe à la main. Quant au banquet, la boisson que l'on y servait permettait d'atteindre, grâce à une ivresse contrôlée, un état que l'on disait proche de celui de la divinité.

De la même manière en Égypte, Hator, Osiris et Sotis sont dits « maîtres du vin » et là aussi l'ivresse permet d'entrer en contact avec eux.

Soulignons déjà ici, mais nous retrouverons ce thème chez les Grecs avec le culte de Dionysos, que l'ivresse n'est pas l'ivrognerie ; il convient en effet de se garder de l'excès et il ne s'agit pas d'un *Binge drinking* avant la lettre. À l'origine de tous ces rituels liés au vin on décèle l'espoir d'atteindre un état d'extase dans lequel l'individu, certes, se libère de certaines limites, mais un état qui peut s'apparenter à ceux avec lesquels il est souvent comparé dans les textes : l'extase amoureuse ou la contemplation esthétique.

Le banquet grec, placé sous le signe du culte de Dionysos, comme la tragédie, implique une proximité avec le divin, la possession par le dieu, « l'enthousiasme », au sens étymologique, c'est-à-dire une délivrance de l'énergie vitale. Il ne s'agit pas d'un déchaînement négateur mais plutôt, comme Nietzsche l'a bien souligné, la revendication d'un certain « spiritualisme », l'idée que l'âme et le corps sont apparentés au sacré.

Pour le judaïsme, le vin joue un rôle capital dans de nombreux rituels. À l'ouverture du Sabbat, le vendredi soir, sur la table des pains sont présents à côté d'une coupe d'argent réservée au vin. Avant de partager le repas le père de famille élève la coupe et prononce les paroles traditionnelles du Kidoush, prière de sanctification : « Soit loué Eternel, notre Dieu, roi de l'univers qui a créé le fruit de la vigne... ». Parfois on lit aussi le Cantique des Cantiques : « il m'a amené à la maison du vin et son drapeau sur moi, c'est l'amour. ». Car vin et amour de Dieu s'associent pendant le Sabbat. De même le vin intervient lors de l'Office du samedi matin à la synagogue, et le samedi soir au cours de la cérémonie de la havdalah. Le Sabbat commémorant la Création en six jours et le repos du septième, c'est bien l'alliance avec Dieu que réaffirme ici le vin. Les fêtes de Kippour, Pessah, Souccoth, ainsi que la circoncision et le mariage font également appel aux rituels du vin.

Quant au Soufisme, tradition mystique islamique, née au VIII<sup>e</sup> siècle, il va aussi valoriser le rôle du vin. Paradoxe dans une tradition musulmane, pour la mystique persane, influencée par le Soufisme, le vin permet l'accès à la connaissance de Dieu ; il représente l'amour, le désir ardent et l'ivresse

spirituelle. Selon Mohamed Shâhrastânî le vin et la beauté sont des « épiphanies de Dieu » ; il parle du vin de l'existence véritable et de l'appel véridique. De même, pour les derviches tourneurs qui se recommandent du Soufisme, le vin, la danse en musique et la prière provoquent un état de communication avec le divin. Ainsi la croyance en une ivresse spirituelle (liée ou non au vin) est un symbole universel que l'on retrouverait bien au-delà de notre monde occidental, jusque dans le taoïsme.

S'il est un autre mythe universel, c'est bien celui du Paradis, Age d'or perdu ou Terre promise à découvrir. Or là aussi, la vigne et le vin y sont présents. Dans le judaïsme encore, la vigne est présente dans le jardin d'Éden et elle est également intimement liée au symbolisme de la Terre promise, décrite comme produisant en abondance le blé et le vin. Quand ce pays de Cocagne, le pays de Canaan se présente enfin, c'est justement l'époque des récoltes, de la vendange, et les douze représentants des tribus d'Israël coupent une énorme grappe qu'ils transportent sur une perche. Cette grappe doit témoigner, pour ceux qui les attendent, de la réalité de la Terre promise et de l'élection du peuple juif par Yahvé. N'oublions pas également que c'est Noé qui va planter une vigne après le Déluge, geste oh combien symbolique ! Le vin promesse de vie et de fécondité va triompher de l'eau mortifère.

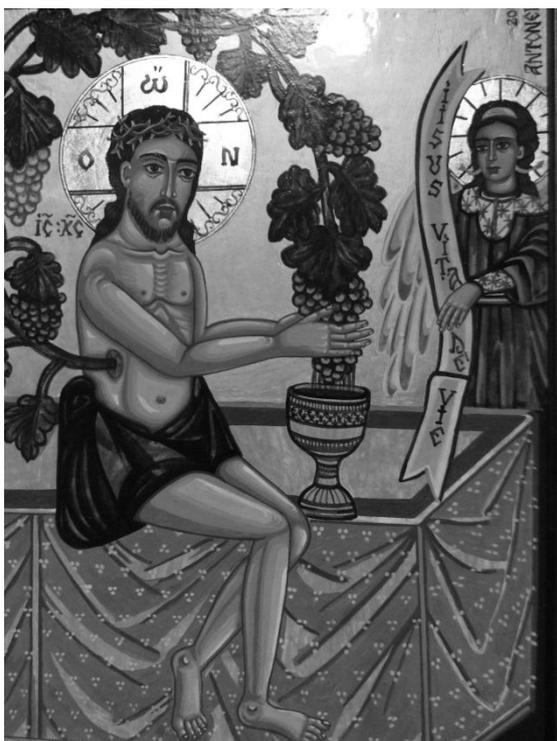
Le christianisme reprendra le paradigme de la fécondité paradisiaque et du salut lié à la vigne et fera même de cette dernière l'arbre de vie par opposition à l'arbre de la connaissance et de la tentation (le pommier) et l'arbre de la mort (la croix). Sous l'influence de Paul, le thème de l'ivresse spirituelle connaît aussi un certain développement : il s'agit de la *sobrias ebrietas*, en mémoire du dernier repas du Christ. Boire du vin était alors considéré comme une action de grâce. Et pour les premiers chrétiens, avant la ritualisation de la messe par Constantin, et bien avant le dogme de la transsubstantiation, des réunions rituelles se tenaient dans des cimetières ou des catacombes que l'on décorait de pampres et de vignes.

Quant au statut de la vigne et du vin dans l'Islam, la troisième religion abrahamique, il est loin d'être aussi simple (voir simpliste) qu'on veut bien le dire parfois. Le vin a un statut ambigu. Certes, quand l'ange Gabriel propose à Mahomet un verre de vin ou un verre de lait, celui-ci choisit le second, mais dans la *Sourate des abeilles* le vin est cependant présenté comme une faveur accordée aux hommes par Dieu ; cependant encore faut-il savoir où et quand ?

Ce qui est indéniable, c'est que le paradis selon le Coran implique la présence du vin comme en témoigne le fameux passage sur les quatre rivières (*Sourate 43*) et l'iconographie qu'il suscite : « pour ceux qui craignent Dieu, il y aura des rivières dont l'eau est incorruptible, des rivières de lait au goût inaltérable, des rivières de vin, délices pour ceux qui en boivent, des rivières de miel purifié ». Il convient aussi de souligner que l'interdiction de boire du vin dans la vie terrestre s'est instaurée progressivement. Issu d'un milieu qui ne dédaignait pas l'usage du vin, c'est à Médine que Mahomet condamne peu à peu l'ivresse, incompatible avec la prière (ce que refuseront les Soufistes). Car à part celui de l'excès, le vin présente un autre danger pour le croyant, il est trop lié aux pratiques païennes dont il convient de se détourner. D'où l'anathème célèbre : « il faut maudire le vin, celui qui le boit, celui qui le sert, celui qui le vend, celui qui le presse ».

Cependant, malgré cet interdit, des courants, à l'intérieur même de l'Islam, vont tenter de réhabiliter le vin. Outre la mystique soufiste, il faut également signaler l'influence non négligeable de la poésie et de la médecine. Abû Nawâs, Omar Khayân, Afeez chantent les louanges du vin, de la femme et de l'amour. Quant aux médecins arabes, à la suite d'Hippocrate et de Galien, ils signalaient aussi ses vertus pour la digestion et le sommeil. Un des plus grands savants du monde islamique comme Avicenne n'hésite pas à enseigner ses bienfaits. Donc, même si Mahomet réserve les joies du vin à l'au-delà, paradis terrestre et paradis céleste relèvent bien souvent de la même symbolique.

Vigne et vin, à travers les civilisations, véhiculent ainsi les images de la fécondité vitale triomphante et même de la vie triomphant de la mort. Ils sont déjà liés au culte des morts dans le paganisme par l'intermédiaire des libations, des banquets funéraires ou de la boisson déposée dans ou sur les tombeaux. Et certaines civilisations en font même une boisson régénératrice qui permet le passage dans l'au-delà après la mort. D'où les rites gaulois : laver les os des défunts avec du vin et garnir les sépultures de grands vases remplis de vin ; le vase de Vix est ainsi un exemple frappant rattaché à ce rituel très répandu. Or, si, chez les Gaulois, le vin est symboliquement le substitut du sang, c'est la religion chrétienne, avec la transsubstantiation, qui voit vraiment triompher cette symbolique. S'il faut attendre 1215 et le concile de Latran pour faire de la transsubstantiation une doctrine du droit canon, dès la Cène, la formule christique face au calice : « prenez et buvez en tous, ceci est mon sang, le sang de l'alliance nouvelle et éternelle, qui sera versé pour vous et pour la rémission des péchés » frappait les esprits et le thème du pressoir mystique va hanter l'art des icônes : celui du crucifié, près d'une cuve à vin, dont le sang se mêle au jus du raisin, pour signifier que le vin est prometteur de vie et de rédemption (Illus. 9).



Iesus vița de vie (Illus. 9). Source: <http://antonelapictura.blogspot.com.br/>

Le miracle du vin est donc bien le miracle de la vie et le vin porteur de promesses et de joies terrestres va tout naturellement utiliser la même symbolique dans la pensée profane, comme si la laïcisation de cet imaginaire renvoyait d'emblée à un art de vivre.

Caves et autres lieux de dégustation s'offrent alors comme lieux de sociabilité, de convivialité, de réunions festives entre amis, voire entre inconnus comme pour les fêtes du vin et des vendanges

### 3. PERSPECTIVES

Pour conclure, le vin recèle un réservoir d'images et de mythes fondateurs qui plongent leurs racines dans les obsessions fondamentales de la conscience universelle. C'est en cela qu'il peut jouer un rôle capital dans l'équilibre et l'harmonisation de la conscience individuelle. Ainsi le vin est bien un produit noble et chargé d'histoire. Le reconnaître et préserver l'imaginaire qui le sous-tend est nécessaire à plus d'un titre. Signalons seulement trois pistes de réflexion :

- ✓ Pour les producteurs : s'inscrire dans une chaîne patrimoniale aide à la reconnaissance du produit, à la spécificité et à la valorisation de « l'art » qui préside à la fabrication et à l'élevage du vin au sein d'un terroir. Cela peut contribuer au développement de certains territoires ou aider à des mutations pour raisons économiques.

- ✓ Pour la publicité ou l'œnotourisme : ne pas oublier que le client achète aussi du rêve et que les images et leur dynamique jouent un grand rôle dans son choix. L'imaginaire de la vigne, du vin, de la cave peuvent contribuer à une « mise en scène » du produit pour le rendre plus désirable, mais surtout pour lui conférer sa vraie valeur, qui ne se limite pas à sa valeur marchande. Grâce à l'œnotourisme, un consommateur cultivé peut devenir un consommateur plus responsable.
- ✓ C'est pourquoi dans la lutte contre l'alcoolisme, le *binge drinking* et toutes les dérives de ce type, le patrimoine culturel peut et doit jouer un rôle non négligeable au niveau d'une éthique de la consommation, d'une véritable éducation à l'art de boire du vin, art de vivre et de partager des expériences en commun. Les nombreux clubs de dégustations ont également leur rôle à jouer dans cet art de l'humanisation face à la « sauvagerie alcoolisante » de certaines pratiques. Il convient ici aussi de choisir l'éthique de la consommation intelligente contre l'aliénation à une société de consommation aveugle.

## BIBLIOGRAPHIE

CHEVALIER Jean, GHEERBRANT Alain, (Dir.) *Dictionnaire des Symboles*, Paris : Seghers, 1973.

ELIADE Mircea, *Traité d'histoire des religions*, traduit du roumain par Jean Gouillard et Jacques Soucasse, Paris, Gallimard, « Les Essais », 1949.

FERRE Georges, *L'âme du vin*, Dervy, Paris, 2012.

JUNG C G., *L'homme à la découverte de son âme*, Genève, 1963.

PERARD Jocelyne, PERROT Maryvonne (Dir.) *Le vin et les rites - Rencontres du Clos-Vougeot 2007*, Enoplururimedia, Chaintré, 2008 ;

PERARD Jocelyne, PERROT Maryvonne (Dir.) *Vigne, vin et aventures humaines - Rencontres du Clos-Vougeot 2008*, Dijon, 2009.

PERARD Jocelyne, PERROT Maryvonne (Dir.) *Paysages et patrimoines viticoles - Rencontres du Clos-Vougeot 2009*, Dijon, 2010.

PERARD Jocelyne, PERROT Maryvonne (Dir.) *Des hommes et du vin (2010)*, Rencontres du Clos-Vougeot 2010, Dijon, 2011.

PITTE Jean Robert, *Le désir du vin à la conquête du monde*, Fayard, Paris, 2009.