

Table des matières

Préface de Rémy PECH.....	7
Introduction de Danielle CORNOT.....	9
Partie I / De l'art à la fête : le vin, produit culturel	
Introduction de Danielle CORNOT	13
Chap. 1 : Bérengère BASSET.....	17
Les <i>Adages</i> d'Érasme : une <i>cornucopia</i> « <i>viniflue</i> ».	
Chap. 2 : Frédéric BROCHET, Gil MORROT et Michel ZANCA.....	39
<i>In neuro veritas</i> : une approche comportementale et neurophysiologique de la dégustation des vins	
Chap. 3 : Pierre CITERNE.....	51
Plaisir et besoin de nommer le vin : les fortunes de l'étiquette	
Chap. 4 : Nicolas PONZO	63
Toquée et inspirée : la communication événementielle comme stratégie performative	
Chap. 5 : Christian DARLES <i>et al.</i>	73
Connaissance, protection et valorisation du patrimoine viticole du Gaillacois	
Partie II / Du terroir au tonneau : révolution des savoir-faire	
Introduction de Pierre STREHAIANO	87
Chap. 6 : Francis GROUSSET.....	91
Le vin porte en lui les marques de son sol d'origine, de son année de naissance et du climat en vigueur lors de sa genèse	
Chap. 7 : Éric ROUVELLAC	103
Le terroir, outil ou prétexte dans le monde vitivinicole	
Chap. 8 : Pierre STREHAIANO et Aline LONVAUD-FUNEL.....	117
La vinification, les levures et les bactéries... une histoire complexe	
Chap. 9 : Jean-Pierre SOUCHARD <i>et al.</i>	127
Composition chimique et activité antioxydante des vins du Sud-Ouest. Recherche de polyphénols anticancéreux dans les baies de raisin et dans les vins	

Chap. 10 : Maurice COMTAT et William GIRAUD.....	137
Sur une relation entre le chêne et le vin	
Chap. 11 : Frédérique CÉLÉRIER.....	145
Vignerons biologiques iconoclastes du Bordelais.	
Des techniques et des discours vitivinicoles inédits, pour quelle représentation de la « nature » ?	
Partie III / Du viticulteur au tour-opérateur : réorganisation des filières	
Introduction de Michäel POUZENC.....	167
Chap. 12 : Olivier JACQUET.....	171
Le développement de nouveaux modes de prescription et de description des vins et la consécration des appellations d'origine en France (1919-1974)	
Chap. 13 : Stéphane LE BRAS	185
La révolution commerciale. La grande mutation des maisons de négoce en vins languedociennes 1900-1970	
Chap. 14 : Marie-Christine HENNINGER et Christian LABORDE.....	203
Quelle place pour le viticulteur dans les innovations marketing de sa coopérative ou comment le faire adhérer à une logique de marché ?	
Chap. 15 : Grégoire BERCHE	215
Le Bergeracois : quelles stratégies de promotion du vignoble ?	
Chap. 16 : France GERBAL-MÉDALLE	229
L'œnotourisme, un tourisme culturel facteur de développement de la culture en milieu rural ?	
Chap. 17 : Raphaël SCHIRMER <i>et al.</i>	237
Vignobles et vins du Chili : un nouveau monde vitivinicole révolutionnant la promotion et la valorisation du vin ?	
Bibliographie et sitographie.....	255
Liste des auteurs.....	277