

## **Regards croisés sur les transformations des filières et des acteurs de la vigne et du vin**

**23-24-25 janvier 2019 | Reims – France**

Ce colloque interroge les mutations profondes, en cours depuis la fin des années 50, du monde viti-vinicole. Il tentera de saisir ces transformations à partir de trois dimensions qui sont l'action collective, les pratiques des acteurs et les innovations. A travers ces axes de travail, les contributions pourront montrer comment les évolutions du secteur affectent et se diffusent dans le monde de la vigne et du vin, comment les différents niveaux d'acteurs s'en emparent et quelles en sont les conséquences sur le plan économique et/ou social.

Il s'agira de revisiter les évolutions historiques des métiers de la vigne et du vin mais également d'analyser les évolutions actuelles des activités, des savoirs et des compétences, des représentations des métiers et leurs conséquences sur les acteurs individuels et collectifs. Comment les opérateurs travaillent-ils ensemble et à quelle échelle ? Font-ils appel, et comment, à la formation initiale ou continue, à l'intervention de multiples experts ? Quelles analyses porter sur les interactions, interrelations, construction de réseaux entre ces multitudes d'acteurs et d'échelles d'action ? Quels enjeux économiques et sociaux sur les filières et les entreprises concernées ?

Les différentes normes de qualité, les pratiques plus respectueuses de l'environnement, les délimitations de terroirs, les labels et autres formes de normalisation ont pour effet d'accroître la réglementation du secteur et modifient les interactions entre l'amont de la filière (la production de raisin) et l'aval (la vinification et la commercialisation). Elles influencent également la représentation et les pratiques des métiers liés à la vigne et aux vins. Elles ont des conséquences à la fois sur le travail et son organisation, mais également sur la valorisation et la communication des produits. Comment cette quête d'évolution du vin dans le but de satisfaire les besoins d'une clientèle socialement et économiquement mouvante amène à mettre en place des stratégies de communication particulières, pour des produits qui se vendent sur les marchés locaux, nationaux et internationaux ?

Les propositions de communication pourront porter sur les différents vignobles de France, d'Europe ou du monde (avec une éventuelle dimension comparative) et s'inscriront dans l'un des 3 axes suivants :

### **Axe 1 : Régulation, relations professionnelles, institutions**

Ce premier axe s'intéresse aux institutions qui incarnent les représentations professionnelles dans la viti-viniculture ainsi qu'à leurs dirigeant.es et adhérent.es. Quelles évolutions ont-elles connues ? Comment ces associations et syndicats de vignerons indépendants, d'entreprises privées, de coopératives ou de salariés s'organisent et agissent collectivement ? Quel rôle ces multiples structures collectives jouent-elles dans les performances économiques des entreprises et des filières qu'elles représentent ?

La problématique abordée sera celle de la tension entre l'hétérogénéité des acteurs représentés et les pratiques de la représentation. Du « petit vigneron » aux grandes entreprises

et coopératives en passant par les « doubles actifs », les salariés et les prestataires de services, comment s'organise leur représentation associative et syndicale ? Comment ces organisations traduisent une image homogène d'un secteur profondément fragmenté ? Qui sont ces représentants ? En quoi sont-ils différents des représentés ? Quelles lignes de tension se dégagent de cette hétérogénéité structurale ? Quelles solidarités et/ou quelles alliances existent dans cet archipel ? Quelles modalités d'échange apparaissent à l'intérieur des interprofessions entre les différentes catégories d'acteurs ?

L'attention sera portée d'une part sur les individus qui composent ces collectifs : trajectoires et parcours des adhérents ou des dirigeants. Qui étaient-ils et/ou qui sont-ils aujourd'hui ? Quels rôles tiennent-ils ? Quels espaces de socialisation autres que l'interprofession forgent leurs engagements (parcours scolaires, sportifs, culturels, etc.) ?... Et d'autre part sur ces collectifs : quels sont les rapports de force internes ? À quels enjeux sont-ils confrontés ? Quelles sont les modalités de négociation avec l'Etat mais également avec d'autres acteurs ? Quels liens entretiennent les interprofessions avec les territoires sur lesquels elles opèrent ? Quelle prise en compte de l'évolution des enjeux économiques et sociaux et quelles conséquences sur leur structure ou au niveau des filières et acteurs représentés ?

## **Axe 2 : Acteurs, stratégies, activités, pratiques, typologies**

Ce deuxième axe, consacré aux acteurs de la filière viti-vinicole, interroge l'évolution des pratiques et des représentations du métier de la vigne et du vin, tant pour les vigneron que pour les autres types d'opérateurs qui composent le secteur. Une analyse du travail et de l'organisation de celui-ci pourra être réalisée en croisant des effets de génération, de genre et de relation au sein des familles de vignerons et dans les entreprises viti-vinicoles. On s'interrogera par ailleurs sur l'impact économique des différentes formes d'organisations du travail existantes.

La répartition des activités entre le travail de la vigne et l'élevage du vin sera à mettre en avant au regard des réalités des entreprises viti-vinicoles. De nouvelles organisations du travail se mettent-elles en place ? Quelles est la segmentation de l'activité entre la vigne et le vin ? Comment se réalise le partage des tâches ? Quelle(s) typologie(s) peut-on dresser des acteurs existants ? Peut-on mettre en avant l'émergence de nouveaux acteurs, de nouveaux savoirs et de nouvelles compétences ? Quels modèles économiques ou catégories d'opérateurs semblent les plus adaptés aux évolutions récentes et futures de l'économie du vin et des attentes des consommateurs ?

Les analyses montreront la réalité de la production de l'expertise en matière viti-vinicole. Qui représente aujourd'hui la ou les figures de l'expert dans ce processus de production de la vigne au vin ? Comment se construit l'offre de conseil (place et rôle des acteurs : conseillers techniques, agronomiques, œnologiques, experts de la communication et du marketing) ? Quelle analyse de leur modèle économique ? Quels impacts sur les acteurs traditionnels qui composent le secteur viti-vinicole ? Les propositions pourront notamment mettre en avant de nouvelles configurations de services dans et entre les entreprises de la viti-viniculture (les liens entre les professionnels et la recherche scientifique ; les interactions entre les acteurs individuels et l'interprofession ; les nouvelles formes d'association, de réseaux professionnels etc.).

## **Axe 3 : Innovations techniques, organisationnelles, produit, communication**

Le vin est un produit qui ne cesse d'évoluer sous l'influence des progrès de la viticulture et de l'œnologie. L'objet de ce troisième axe est de comprendre comment, selon les périodes, les innovations techniques au niveau de la vigne et/ou du vin sont intégrées et comment l'alternance de ces priorités révèle des visions différentes du produit. Au-delà des progrès

inégales de l'agriculture et de l'industrie, les changements de contexte tels que la prise en compte croissante de l'écologie par le consommateur conjuguée à une recherche accrue de produits plus authentiques ont pu peser dans cet équilibre. D'autres facteurs tels que l'implication de grands groupes dans les régions viticoles et l'adoption de stratégies commerciales centrées sur la marque plus que sur l'appellation d'origine ont pu également jouer un rôle.

Par ailleurs, on pourra s'intéresser à l'impact économique et/ou social des innovations organisationnelles sur les innovations techniques qui servent à collecter l'information chez l'ensemble des professionnels, à réunir les moyens, à coordonner les efforts de recherche. Peuvent-elles servir à diffuser et vulgariser les travaux de recherche auprès des professionnels ? Quelles spécificités des mondes viticole et vinicole en matière d'innovation ? Quelle influence ces innovations (viticoles, vinicoles ou organisationnelles) ont-elles eu sur le produit lui-même ? Sur la communication qui l'accompagne ? Sur la place accordée au consommateur en amont et/ou en aval de la production ?...

### **Conseils aux auteurs**

Ce colloque s'adresse aux chercheurs du monde académique plus particulièrement des SHS (économie, gestion, histoire, sociologie...) mais également de disciplines telles que la biologie, l'œnologie. Les propositions de professionnels de la filière viti-vinicole soucieux d'analyser et de mieux comprendre l'évolution de leur domaine d'activité seront également bienvenues. En effet, au-delà des préoccupations scientifiques spécifiques, l'objectif de ce colloque est également de fédérer l'ensemble des acteurs – chercheurs et professionnels – autour de ces thématiques. Cette manifestation donnera lieu à publication.

### **Modalités de soumission**

Les propositions de communication, en français, en anglais ou en castillan, doivent comprendre :

- un titre provisoire,
- un résumé d'environ 2 500 signes (espaces compris), précisant corpus et méthodologie empirique retenus, le terrain mobilisé et les principales questions abordées
- la mention de l'axe dans lequel s'insère la communication
- une bibliographie (5 références maximum),
- 5 mots-clefs maximum,
- une brève présentation bio-bibliographique de l'auteur-e (nom, prénom, coordonnées, fonction, université et laboratoire de rattachement, 2 à 3 références de publications)

et sont à adresser avant **le 1 juin 2018** à : [colloqueunivigne2019@gmail.com](mailto:colloqueunivigne2019@gmail.com)

### **Localisation**

Les trois journées de colloque –les mercredi 23, jeudi 24 et vendredi 25 janvier 2019– se dérouleront à Reims.

### **Calendrier**

- Lancement de l'appel : **14 mars 2018**
- Date limite de retour des propositions : **1 juin 2018**
- Notification aux auteurs : **28 juin 2018**
- Publication du programme : **septembre 2018**
- Colloque : **23, 24 et 25 janvier 2019**
- *Remise des textes pour expertise avant publication : 22 mars 2019*

## Droits d'inscription

	TARIF	PRESTATION
<b>Tarif plein</b>	<b>120€</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Programme</li><li>- Accueils et pauses café</li></ul>
<b>Tarif réduit</b> Étudiants, doctorants Personnels établissements URCA	<b>90€</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Déjeuners</li><li>- Soirée gala et cocktail dinatoire</li><li>- Publication Actes</li></ul>
<b>Gratuité</b> Étudiants, doctorants et personnels établissement membres URCA	<b>0€</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Programme</li><li>- Accueils et pauses café</li></ul>

## Coordination scientifique :

Théodore Georgopoulos, Droit, URCA  
Aloïs Kanyinda, Économie, NEOMA Business School  
Emmanuelle Leclercq, Sociologie, URCA,  
Aurélie Melin, Ethnographie, Villa Bissinger  
Aurélie Ringeval-Deluze, Économie, URCA,  
Ariel Sévilla, Sociologie, URCA  
Yves Tesson, Histoire,  
Benoît Verdier, Sciences de l'Information et de la Communication, URCA

## Comité scientifique :

Jean-Jacques Boutaud, Sciences de l'Information et de la Communication, UBFC  
Theodore Georgopoulos, Droit, Institut Georges Chappaz, URCA  
Aloïs Kanyinda, Economie, NEOMA  
Emmanuelle Leclercq, Sociologie, URCA  
Richard Marchal, Oenologie, URCA  
Aurélie Melin, Ethnographie, Villa Bissinger  
Guillermo Neiman, Sociologie, Ceil – Conicet, Argentine  
Jocelyne Perard, Géographie, Chaire UNESCO « Culture et Traditions Vin », UBFC  
Jean-Robert Pitte, Géographie, Institut de France  
Roberto Daniel Pizzolatto, Agronomie, INTA, Argentine,  
Aurélie Ringeval-Deluze, Economie, URCA  
Ariel Sevilla, Sociologie, URCA  
Yves Tesson, Histoire  
Benoît Verdier, Sciences Information et Communication, URCA  
Serge Wolikow, Histoire, UBFC

# **Comparative views on changes in viticulture and winemaking sectors and actors**

**23-24-25 January 2019 | Reims – France**

This symposium examines the profound changes in the viticulture and winemaking industries since the end of the 1950s. It will study three dimensions of these transformations: shared action, actors' practices, and innovation. Contributions should show how these evolutions spread through and influence the world of viticulture and winemaking, how different levels of actors adopt them, and their economic and/or social consequences.

The aim will be to review historical changes in the viticulture and winemaking professions and to analyse current changes to activities, knowledge and skills, and representations of professions and their consequences on individual and collective actors. How do operators work together, and on what scale? Do they use initial or in-service education, and how? Do they use a wide range of experts? How should we analyse the interactions, interrelationships, and network development between this wide range of actors and levels of action? What economic and social challenges are faced by the sectors and firms concerned?

Different quality standards, environmentally friendly practices, terroir boundaries, labels and other forms of standards all increase the regulation of the sector and modify the interactions between grape production and winemaking and commercialisation. They also influence representation and practice in the professions linked to viticulture and winemaking. They have consequences for both work and its organisation, and on product value and communication. How do these efforts to improve the wine to satisfy the needs of a clientele that is evolving socially and economically lead actors to implement particular communication strategies for products sold in local, national and international markets?

Proposed communications can study different winemaking regions in France, Europe or the rest of the world (perhaps with comparative dimension) and will cover one of the following three themes:

## **Theme 1: Regulation, professional relations**

This first theme covers the institutions that characterise professional representations in the viticulture and winemaking industry, their leaders and their members. What changes have they undergone? How do these federations and unions of independent winemakers, private companies, cooperatives, or employees organise themselves and act together? What role do these multiple collective structures play in the economic performance of the firms and sectors they represent?

The problem tackled will be the tension between the heterogeneity of the actors represented and the practices of representation. From the "small winemaker" to major firms, from "dual job-holders" to employees and service providers, how is their representation organised by federations or unions? How do these organisations convey a homogenous image of a deeply fragmented sector? Who are these representatives? How are they different from those they represent? What lines of tension appear in this structural heterogeneity? What types of solidarity and/or alliances exist in this landscape? What exchange procedures appear within the winegrowers' federation between different types of actors?

Contributions will investigate the individuals who make up these collectives: the trajectories and careers of the members or the leaders. Who were they initially and/or who are they today? What roles do they play? What socialisation spaces apart from the winegrowers' federation forge their commitments (school, sports, cultural activities, etc.)? Contributions will also cover the collectives: what is their internal balance of power? What challenges do they face? How do they negotiate with the State and with other actors? What links do winegrowers' federations maintain with their regions? How do they take account of changing economic and social challenges, and what are the consequences for their organisation and for the actors and professions they represent?

## **Theme 2: Actors, strategies, activities, practices, typologies**

This second theme, covering players in the viticulture and winemaking sectors, studies the evolution of practices and representations of the winegrowing profession, including winemakers and other types of operators that make up the sector. An analysis of the work and its organisation could compare generational, gender, and relational effects within families of winemakers and viticulture/winemaking firms. We will also examine the economic impact of the different existing forms of work organisation.

The division of work between vineyard and winemaking should be highlighted with regard to the reality of viticulture/winemaking firms. Are new types of work organisation appearing? How is the work divided between vineyard and winemaking? How are the different tasks divided up? What typologies can we establish of existing actors? Can we highlight the emergence of new actors, new knowledge or new skills? What business models or categories of operator seem best suited to recent and future changes in the wine economy and consumer expectations?

The analyses will show the reality of how expertise is produced in the viticulture/winemaking world. Who epitomises expertise in the production process from vineyard to wine? How are consulting services offered (place and role of actors: technical, agronomic, or oenological advisors, experts in communication and marketing)? How can we assess their business model? What is their impact on the traditional players making up the viticulture/winemaking sector? Proposals might for example highlight new configurations of services within and between viticulture/winemaking firms (links between professionals and scientific research; interactions between individual players and industry federations; new forms of non-profit organisation, professional networks, etc.)

## **Theme 3: Innovation in techniques, organisations, products, and communication**

Wine is a product that is constantly evolving under the influence of advances in viticulture and oenology. The purpose of this third theme is to understand how, at different times, technical innovations were incorporated in viticulture/winemaking, and how the different priorities given to the different sectors revealed different visions of the product. Beyond the unequal advances made in agriculture and the industry, changing circumstances such as the increasing importance of ecology in the mind of the consumer and the desire for more authentic products may have influenced this balance. Other factors, such as the involvement of large groups in winemaking regions, and the adoption of commercial strategies focusing on the brand more than on the wine appellation may also have played a role.

In addition, contributors may examine the economic and/or social impact of organisational innovation on the technical innovations that professionals use to collect information, assemble resources, and coordinate research efforts. Can they be used to publicise and promote research work to professionals? What are the specific features of viticulture and winemaking with regard to innovation? What influence have these innovations (in viticulture, winemaking or organisations,) had on the product itself, on the communication around the product, or on the place given to the consumer before and/or after production?

### **Advice to authors**

This symposium has been organised for academic researchers particularly in Social and Human Sciences (economics, management, history, sociology, etc.) but also in disciplines such as biology and oenology. Proposals from professionals in the viticulture/winemaking sector who wish to analyse and understand the evolution of their field will also be welcome. The purpose of the symposium, beyond its specific scientific concerns, is to bring together all concerned actors – researchers and professionals – to discuss these topics.

The event will be followed by a publication.

### **Submission procedure**

Proposed communications, in French, in English or in Spanish, must include:

- A provisional title,
- An abstract of approximately 2 500 characters (including spaces), detailing the literature and empirical methodology chosen, the field studied, and the principal questions covered
- Indication of which theme the communication covers
- a bibliography (5 references at most),
- 5 keywords at most,
- A brief biographical presentation of the author with bibliography (surname, first name, contact details, position, university and research laboratory, 2-3 publications)

And should be sent by **1 June 2018** to : [colloqueunivigne2019@gmail.com](mailto:colloqueunivigne2019@gmail.com)

### **Timetable**

- Call for communications: **14 March 2018**
- Deadline for proposals: **1 June 2018**
- Notification to authors: **28 June 2018**
- Programme publication: **September 2018**
- Symposium: **23-25 January 2019**
- *Delivery of manuscripts for review before publication: 22 March 2019*

## Registration fees

	<b>FEE</b>	<b>SERVICE</b>
<b>Full fee</b>	<b>€ 120</b>	- Programme - Receptions and coffee breaks
<b>Reduced fee</b> Students, PhD students, URCA staff	<b>€ 90</b>	- Lunch (2 jours) - Gala evening - Publication of the proceedings
<b>Free of charge</b> Students, PhD students, URCA staff	<b>0 €</b>	- Programme - Receptions and coffee breaks

## Location

All three days of the symposium – Wednesday 23, Thursday 24 and Friday 25 January 2019 – will take place in Reims.

## Scientific coordination:

Théodore Georgopoulos, Law, URCA  
Aloïs Kanyinda, Economics, NEOMA Business School  
Emmanuelle Leclercq, Sociology, URCA,  
Aurélie Melin, Ethnography, Villa Bissinger  
Aurélie Ringeval-Deluze, Economics, URCA,  
Ariel Sévilla, Sociology, URCA  
Yves Tesson, History,  
Benoît Verdier, Information and Communication Science, URCA

## Scientific committee:

Jean-Jacques Boutaud, Information and Communication Science, UBFC  
Theodore Georgopoulos, Law, URCA  
Aloïs Kanyinda, Economics, NEOMA  
Emmanuelle Leclercq, Sociology, URCA  
Richard Marchal, Oenology, URCA  
Aurélie Melin, Ethnology, Villa Bissinger  
Guillermo Neiman, Sociology, Ceil – Conicet, Argentina  
Jocelyne Perard, Geography, UNESCO Chair “Wine Culture & Traditions,” UFBC  
Jean-Robert Pitte, Geography, Institut de France  
Roberto Daniel Pizzolatto, Agronomy, INTA, Argentina,  
Aurélie Ringeval-Deluze, Economics, URCA  
Ariel Sevilla, Sociology, URCA  
Yves Tesson, History  
Benoît Verdier, Information and Communication Science, URCA  
Serge Wolikow, History, UBFC



## **Perspectivas comparadas sobre los actores y los sectores de la viticultura y de la vinicultura**

Reims, 23, 24 y 25 enero 2019

El coloquio interrogará los profundos cambios que afectaron y que se encuentran todavía en curso desde finales de los años '50 en el mundo vitivinícola. Tratará de identificar esas transformaciones partiendo de tres dimensiones: la acción colectiva, las prácticas individuales de los actores y las innovaciones técnicas.

A través de esas dimensiones, las ponencias mostrarán de qué manera las evoluciones del sector afectan y se difunden en el mundo de la vitivinicultura; de qué manera los distintos actores se las apropian y cuáles son las consecuencias en el plano económico y social.

El coloquio será la ocasión para proponer relecturas de los cambios históricos en los oficios y profesiones del mundo de los viñedos y de la producción de vinos así como también para analizar los cambios actuales de las actividades, saberes y competencias de los actores individuales y colectivos, las representaciones de los oficios y de las profesiones y las consecuencias de dichas transformaciones sobre individuos y colectivos de trabajo. ¿De qué modo los actores trabajan conjuntamente? ¿A qué escala? ¿Tienen en cuenta la formación inicial y/o continua? ¿De qué manera? ¿Como intervienen los expertos? ¿Qué análisis permiten las interacciones, interrelaciones, las redes entre los actores a diferentes escalas de acción? ¿Qué es lo que está en juego en el plano económico y social en el conjunto de la cadena vitícola y vinícola? ¿Y en las empresas?

Las distintas normas de calidad, las prácticas “respetuosas del ambiente”, las delimitaciones de los “*terroirs*”, los *labels* y otras formas de normalización, tienen como efecto el aumento de reglamentaciones del sector modificando las interacciones entre los actores de la cadena (productores de uva, productores de vinos y comerciantes). Dichas regulaciones tienen influencia igualmente sobre la representación y las prácticas de los oficios ligados a la viña y a los vinos. ¿Tienen consecuencias sobre el trabajo y su organización así como también sobre la valorización y la comunicación asociada a los productos? ¿De qué manera esta innovación en los vinos, destinada a satisfacer clientes social y económicamente cambiantes, lleva a elaborar estrategias de comunicación particulares para productos comercializados en mercados locales, nacionales e internacionales?

Las ponencias podrán tener como campo de estudio los distintos viñedos en Francia o en el mundo (eventualmente integrando una dimensión comparativa) y se inscribirán en uno de los tres temas de trabajo siguientes:

### **Regulación, relaciones profesionales, instituciones**

El primer tema de la convocatoria interroga las instituciones que encarnan las representaciones profesionales en la vitivinicultura, sus dirigentes y adherentes. ¿Qué evoluciones han experimentado? ¿De qué modo las asociaciones profesionales, los sindicatos patronales, las asociaciones cooperativas o los sindicatos de asalariados se organizan y actúan colectivamente? ¿Qué roles tienen esas organizaciones colectivas en las performances económicas de las empresas y del sector al que representan?

Una pregunta de este tema aborda la tensión entre la heterogeneidad de los actores representados y las prácticas de la representación. Entre el pequeño viñatero y las grandes empresas privadas o cooperativas pasando por los doble activos o multiempleados, los asalariados y los prestadores de servicios, ¿cómo se organiza la representación asociativa o sindical? ¿De qué manera asociaciones y sindicatos logran construir y transmitir una imagen homogénea de un sector marcado por la fragmentación de actores y organizaciones (por ejemplo, en oficios, profesiones, salarios, calificaciones, geografías, subsectores de la

economía, etc.? Luego, ¿quiénes son los representantes? ¿En qué se diferencian de sus representados? ¿Qué tensiones sociales se expresan a partir de esa heterogeneidad estructural? ¿Qué solidaridades y/o alianzas existen en este archipiélago? ¿Qué intercambios se manifiestan al interior de las interprofesiones entre los sectores que las componen (asociaciones de productores de uva y de productores de vino; sindicatos de asalariados, etc.)?

Por un lado, el foco será puesto sobre los individuos que componen esos colectivos: trayectorias, recorridos o biografías de los dirigentes y adherentes. ¿Quiénes eran y quiénes son hoy? ¿Qué roles han desempeñado? ¿Qué espacios de socialización, más allá de la asociación o de la interprofesión, forjan sus compromisos, sus “visiones del mundo” y sus adhesiones (trayectorias escolares, culturales, religiosas, deportivas...) Por otro lado, el análisis será orientado hacia los colectivos: ¿Cuáles son las relaciones de fuerza internas? ¿A que problemáticas cruciales están confrontados? ¿Cuáles son las modalidades de negociación con los representantes del Estado y con otros actores? ¿Qué vínculos mantienen las asociaciones, sindicatos, cooperativas o las interprofesiones con los territorios en los que operan?

### **Actores, estrategias, actividades, prácticas, tipologías**

El segundo tema de la convocatoria interroga la evolución de prácticas y representaciones de los oficios de la producción de uva y de vinos así como otros operadores del sector (enólogos, técnicos, expertos, etc.) Un análisis del trabajo y de los modos de organización del trabajo podrá ser realizado vinculándolo con los efectos de generación, de género y de relaciones en el seno de familias de productores y en empresas vitivinícolas.

Las proposiciones de ponencias pondrán el acento en la repartición de las actividades entre el trabajo en el viñedo y la crianza de vinos. ¿Emergen nuevas formas de organización del trabajo? ¿De qué modo se segmenta la actividad entre el viñedo y la producción de vino? ¿Cómo se realiza la repartición de tareas? ¿Con qué tipologías se puede caracterizar a los actores? Se identifica la emergencia de nuevos actores, nuevos saberes, nuevas competencias? ¿Qué modelos económicos se esbozan? ¿Cómo impactan en el plano económico?

Los análisis mostrarán la producción de la *expertise* en materia vitivinícola. Quien o quienes representa/n hoy la figura del experto? ¿Cómo se construye la oferta de “consejo” (consultorías) tanto en el plano de la agronomía como de la enología, la comunicación, el marketing, etc.? ¿Qué análisis sugieren sus modelos económicos? ¿Qué impacto producen sobre actores tradicionales? Las proposiciones podrán poner de relieve las nuevas configuraciones de servicios en y entre las empresas del sector (vínculos entre profesionales y personal de investigación científica; interacciones entre productores individuales y la/s interprofesión/es; nuevas formas asociativas; redes profesionales, etc.)

### **Innovaciones técnicas, organizacionales, productos, comunicación**

El vino es un producto que no deja de evolucionar bajo la influencia del progreso de la vitivinicultura y de la enología. El objeto de este tercer tema de la convocatoria consiste en comprender de qué manera son integradas, según los periodos, las innovaciones técnicas en los viñedos y en la producción de vinos. ¿De qué modo la variación en las prioridades de la innovación revela visiones diferentes del producto? Más allá de los “progresos” desiguales de la agricultura y de la industria ¿de qué manera los cambios de contexto tales como la consideración creciente de la ecología por el consumidor conjugado a una búsqueda de productos auténticos han podido pesar en este equilibrio? Otros factores, por ejemplo, la implicación de grandes grupos en las regiones vitivinícolas y la adopción de estrategias comerciales que dan prioridad a la marca antes que a la denominación de origen ¿han podido desempeñar un rol en ese plano?

Por otro lado, las contribuciones podrán centrarse sobre el impacto económico y social de las innovaciones organizacionales: ¿cuáles son los efectos de las innovaciones técnicas que contribuyen a coleccionar informaciones entre profesionales, a reunir recursos, coordinar esfuerzos de investigación? ¿Son útiles para la difusión y vulgarización de conocimiento científico cerca de los productores? ¿Qué especificidades tienen los mundos vitícola y vinícola en materia de innovación? Qué influencias ejercen dichas innovaciones (vitícolas, vinícolas u organizacionales) sobre el producto? ¿Y sobre la comunicación que la acompaña? Sobre el lugar acordado al consumidor?

### **Consejos a los autores**

El coloquio se dirige principalmente a investigadores del mundo académico, en particular en ciencias humanas y sociales (economía, gestión, historia, sociología...) pero también a disciplinas como la biología o la enología. Las proposiciones de ponencias provenientes de profesionales del sector, preocupados por analizar y comprender las mutaciones de sus actividades, serán bienvenidas. En efecto, además de profundizar conocimientos científicos, el objetivo del coloquio es también federar un conjunto de actores, investigadores y profesionales, alrededor de las temáticas seleccionadas.

Al término de esta manifestación científica se producirá una publicación.

### **Modalidades de transmisión de ponencias**

Las proposiciones de ponencias, en francés, en inglés o en castellano, deben comprender:

- Un título provisorio
- Un resumen de aproximadamente 2 500 signos (incluyendo espacios) precisando la metodología y el anclaje empírico del trabajo, el campo movilizado y las principales interrogaciones abordadas.
- La mención del tema en el que se inscribe la ponencia.
- Una bibliografía (compuesta de cinco referencias como máximo).
- Cinco palabras clave.
- Una breve presentación biográfica y bibliográfica del/los autor/es (nombre, apellido, dirección, función, universidad e institución de pertenencia y entre dos y tres referencias de publicaciones).
- Las proposiciones deben ser dirigidas, **antes del 1 de junio 2018**, a [colloqueunivigne2019@gmail.com](mailto:colloqueunivigne2019@gmail.com)

### **Localización**

Las tres jornadas del coloquio – miércoles 23, jueves 24 y viernes 25 de enero 2019 – tendrán lugar en Reims, región de Champagne, en Francia.

### **Calendario**

- Llamado a ponencias: 14 de marzo 2018.
- Fecha límite para el envío de ponencias: 1 de junio 2018.
- Notificación de resultados a los autores: 28 de junio 2018.
- Publicación del programa: septiembre 2018.
- Realización del coloquio: 23, 24 y 25 de enero 2019.
- Envío de textos a los referentes antes de la publicación: 22 de marzo 2019.

## Derechos de inscripción

	TARIFA	PRESTACION
<b>TARIFA PLENA</b>	<b>120€</b>	- Programa
<b>Tarifa reducida</b> Estudiantes, doctorandas/os Personal de la Universidad de Reims	<b>90€</b>	- Recepción y café - Desayunos - <i>Soirée</i> gala y cocktail/cena - Publicación de Actas
<b>GRATUITO</b> Estudiantes, doctorandas/os Personal de la Universidad de Reims	<b>0€</b>	- Programa - Recepción y café

## Coordinación científica

- Théodore Georgopoulos, Jurista, Universidad de Reims,
- Aloïs Kanyinda, Economista, NEOMA Business School,
- Emmanuelle Leclercq, Socióloga, Universidad de Reims,
- Aurélie Melin, Etnógrafa, Villa Bissinger,
- Aurélie Ringeval-Deluze, Economista, Universidad de Reims,
- Ariel Sevilla, Sociólogo, Universidad de Reims,
- Yves Tesson, Historiador, consultor independiente,
- Benoît Verdier, Comunicador social, Universidad de Reims.

## Comité científico

- Jean-Jacques Boutaud, Comunicador social, Université Bourgogne Franche-Comté (UBFC),
- Théodore Georgopoulos, Jurista, Université de Reims Champagne Ardenne (URCA), Institut Georges Chappaz,
- Aloïs Kanyinda, Economista, NEOMA Business School,
- Emmanuelle Leclercq, Socióloga, Université de Reims Champagne Ardenne (URCA),
- Richard Marchal, Enologo, Université de Reims Champagne Ardenne (URCA),
- Aurélie Melin, Etnógrafa, Villa Bissinger,
- Guillermo Neiman, Sociologo, Ceil – Conicet, Argentina,
- Jocelyne Perard, Geógrafa, Cátedra UNESCO « *Culture et Traditions Vin* », Université Bourgogne Franche-Comté,
- Jean-Robert Pitte, Geógrafo, Institut de France,
- Roberto Daniel Pizzolatto, Ingeniero agrónomo, INTA, Argentina,
- Aurélie Ringeval-Deluze, Economista, Université de Reims Champagne Ardenne (URCA),
- Ariel Sevilla, Sociólogo, Université de Reims Champagne Ardenne (URCA),
- Yves Tesson, Historiador,
- Benoît Verdier, Comunicador social, Université de Reims Champagne Ardenne (URCA),
- Serge Wolikow, Historiador, Université Bourgogne Franche-Comté (UBFC).

## **Sguardi incrociati a proposito della viticoltura : attori e le industrie del vino**

Dal 23 al 25 gennaio, si terrà a Reims il convegno internazionale

Questa conferenza interroga i mutamenti importanti che si sviluppano nel mondo vitivinicolo dalla fine degli anni Cinquanta. Proverà a raccogliere queste trasformazioni da tre dimensioni : l'azione collettiva, le pratiche degli attori e le innovazioni. Tramite questi fili di ricerca, le proposizioni potranno dimostrare come le evoluzioni del settore incidono e se diffondono nel mondo della vigna e del vino, come i diversi livelli di attori se le appropriano e quale sono le conseguenze.

Si tratta di revisitare le evoluzioni storiche dei mestieri del vino e della vigna e di analizzare anche le evoluzioni attuali delle attività, dei saperi e delle abilità, le rappresentazioni delle professioni e le loro conseguenze su degli attori individuali e collettivi. Come gli operatori lavorano insieme ed in quale misura ? Ricorrono – e se sì come – alla formazione iniziale o continua, fanno intervenire esperti molteplici ? Quale analisi pronunciare sulle interazioni, interrelazioni, costruzioni di reti fra questi molteplici attori e scale di azione ? Quale sfide economiche e sociali nei confronti delle filiere e le imprese in questione ?

Le diverse norme di qualità, le pratiche più rispettose della natura, le delimitazioni di terre, i marchi ed altre forme di normalizzazione hanno per effetto di aumentare la regolazione del settore e modificano le interazioni tra a monte della filiera (la produzione di uva) e a valle (vinificazione e commercializzazione)). Influenzano anche la rappresentazione e le pratiche dei mestieri legati alla vigna e ai vini. Hanno delle conseguenze sul lavoro e la sua organizzazione ed alla volta sulla valorizzazione e la comunicazione dei prodotti. Come questa ricerca di evoluzione del vino – nel obiettivo di soddisfare le attese di una clientela instabile dal punto di vista sociale ed economico – porta all'attuazione di strategie di comunicazione particolari, per prodotti che si vendono sui mercati locali, nazionali e internazionali ?

Le proposte di trattazione possono avvicinare i diversi vigneti di Francia, Europa o del mondo (con una dimensione paragonabile possibile) e si iscrivono in uno di questi assi di riflessione :

### **Asse 1 : Regolazione, relazioni professionali, istituzioni**

Questo primo asse si interessa alle istituzioni che sono rappresentative della vitivinicoltura, anziché ai loro dirigenti e aderenti. Quale evoluzioni hanno conosciuto ? Come queste associazioni e sindacati di vinai indipendenti, di imprese private, di cooperativi o dipendenti si organizzano e agiscono in modo collettivo ? Quale ruolo hanno le molteplici strutture collettive nelle performance economiche delle imprese e filiere che rappresentano ?

La questione è quella della tensione fra eterogeneità degli attori rappresentati e le pratiche della rappresentazione. Dal « piccolo vinai » alle grandi ditte e cooperative, ma anche i « doppi attivi », i salariati e i fornitori di servizi, come si organizza la rappresentazione associativa e sindacale ? Come queste organizzazioni tradiscono una immagine omogenea ma di un settore frammentato in profondità ? Qui sono i rappresentanti ? Quale differenze hanno con i rappresentati ? Quale sono le tensioni in questa eterogeneità strutturale ? Quale solidarietà o alleanze esistono ? Quale modalità di scambi all'interno delle « interprofessioni » tra le diverse categorie di attori ?

Da una parte si vuole studiare le persone individuali che compongono i collettivi : traiettorie e percorsi degli aderenti o dei dirigenti ? Chi erano e/o chi sono oggi ? I loro ruoli ? I spazi di socializzazione fuori dell'interprofessione che alimentano il coinvolgimento (percorsi scolari,

sportivi, culturali, etc.) ? D'altre parte per i collettivi : i rapporti interni di forza ? Le sfide affrontate ? Le modalità di negoziazione con lo Stato ma anche gli altri attori ? I legami trattenuti dalle interprofessioni con i paesi con cui operano ? Come si prende in conto l'evoluzione delle sfide economiche e sociale e quale conseguenze per le strutture o al livello delle filiere e attori rappresentati ?

## **Asse 2 : Attori, strategie, attività, pratiche, tipologie**

Il secondo asse è dedicato agli attori della filiera vitivinicola. Interroga l'evoluzione delle pratiche e delle rappresentazioni del mestiere della vigna e del vino, ossia per i viticoltori che per gli altri tipi di operatori che fanno parte del settore. Un'analisi del lavoro e dell'organizzativo di quello può essere fatta al croce degli effetti di generazioni, del *gender* e delle relazioni in sede delle famiglie di viticoltori e nelle imprese vitivinicole. Ci si interroga inoltre sul impatto economico delle differenti forme di organizzazioni del lavoro esistenti.

La ripartizione delle attività tra il lavoro della vigna e la cultura del vino sarà da valorizzare tramite le realtà delle imprese vitivinicole. Accadono nuove forme di organizzazione del lavoro ? Qual'è la segmentazione dell'attività fra la vigna ed il vino ? Come si fa il condiviso delle tasche ? Quali tipologie si può fare degli attori esistenti ? Si può evidenziare l'emergere di nuovi attori, saperi, competenze ? Quali modelli economici o categorie di operatori sembrano più adatte alle evoluzioni recenti e future dell'economia del vitigno e le attese dei consumatori ?

Le analisi dimostrano la realtà della produzione della perizia nel ambito vitivinicola. Chi rappresenta oggi la o le figure del esperto in questo processo di produzione dalla vigna al vino . Come si costruisce l'offerta di consiglio (posto e ruolo degli attori : consulenti tecnici, agronomici, oenologici, esperti di comunicazione marketing) ? Quale analisi del loro modello economico ? Quali effetti sugli attori tradizionali che compongono il settore vitivinicola ? Le proposte potranno anche valorizzare nuove impostazioni di servizi dentro e tra le ditte della vitivinicoltura (legami fra i professionali e la ricerca scientifica ; interazioni tra attori individuali e l'interprofessione ; nuove forme di associazione, reti professionali, etc.).

## **Asse 3 : Innovazioni tecniche, organizzative, prodotto, comunicazione**

Il vino è un prodotto che continua ad evolversi sotto l'influenza dei progressi della viticoltura e dell'oenologia. L'obiettivo di questo terzo asse è di capire come, secondo i periodi, le innovazioni tecniche nei confronti della vigna o/e del vino sono incluse ; come il cambio di priorità svela visioni diverse del prodotto. Al di là dei progressi, ineguali, dell'agricoltura e dell'industria, i cambiamenti di contesto – come per esempio la considerazione crescente dell'ecologia dal consumatore congiunta alla ricerca maggiore di prodotti più autentici – hanno pesato in questo equilibrio. Altri fattori – come per esempio l'implicazioni di grandi gruppi nei paesi viticoli e l'adozione di strategie commerciali imperniate sul marchio più dell'appellazione di origine – hanno svolto un ruolo.

Altro di che, sarà possibile interessarsi al impatto economico e/o sociale delle innovazioni organizzative, su quelle tecniche che servono a raccogliere l'informazione per l'intera professione, coinvolgere i mezzi, coordinare i sforzi di ricerca. Possono servire a diffondere e vulgarizzare i lavori di ricerca presso i professionali ? Quali sono le specificità dei mondi viticole e vinicole nei confronti dell'innovazione ? Qual'è l'influenza di queste innovazioni (viti, vini o organizzative) sul prodotto stesso ? la sua comunicazione ? Lo spazio concesso al consumatore prima o dopo la produzione ?

## **Consigli agli autori**

Questo convegno si rivolge ai ricercatori del ambito accademico soprattutto Humanistico (scienze umane e sociale come economia, gestione, storia, sociologia...) ma anche di

discipline come biologia o oenologia. Le proposte di professionali della filiera vitivinicole attenti ad analizzare e capire l'evoluzione del loro settore d'attività sono ugualmente benvenuti. Così, al di là delle preoccupazioni scientifiche specifiche, l'obiettivo sarà di coinvolgere gli attori – ricercatori e professionali – dintorni queste tematiche. L'evento sarà seguito da una pubblicazione.

### Modalità di proposizione

Le proposizioni di comunicazione, in francese, inglese o spagnolo, dovranno essere composte da :

- Un titolo provvisorio
- Una sintesi di circa 2 500 segni (spazi compresi) che preciserà il corpus et la metodologia empirica sostenuti, il campo mobilizzato e le domande principali affrontate
- La menzione del settore nel quale s'inserisce la trattazione
- Una bibliografia (di 5 riferimenti al massimo)
- 5 parole-chiave al massimo
- Una breve presentazione bio-bibliografica dell'autore (nome, cognome, indirizzo, funzione, università e laboratorio di ricerca, 2 o 3 riferimenti di pubblicazione)

e sono da trasmettere ante il 1 giugno 2018 a : [colloqueunivigne2019@gmail.com](mailto:colloqueunivigne2019@gmail.com)

### Localizzazione

Le tre giornate del convegno – ossia mercoledì 23, giovedì 24 e venerdì 25 gennaio 2019 – si terranno a Reims.

### Calendario

- chiamata : **14 marzo 2018**
- Data limite di ritorno delle proposte : **1 giugno 2018**
- Notificazione agli autori : **28 giugno 2018**
- Pubblicazione del programma : **settembre 2018**
- Convegno : **23, 24 et 25 gennaio 2019**
- *Rilascio dei testi per perizia prima la pubblicazione : 22 marzo 2019*

### Diritti di Iscrizione

	TARIFFA	Proposta
<b>Tarifa completa</b>	<b>120€</b>	- Programma - Accoglienza e pausa caffè
<b>Tariffa ridotta</b> Studenti, dottorandi e personali	<b>90€</b>	- pranzi - reception e serata cocktail - Pubblicazione Atti
<b>Gratuità</b> Studenti, dottorandi e personali URCA	<b>0€</b>	- Programma - Accoglienza e pausa caffè

### Coordinazione scientifica :

Théodore Georgopoulos, Droit, URCA  
 Aloïs Kanyinda, Économie, NEOMA Business School  
 Emmanuelle Leclercq, Sociologie, URCA,  
 Aurélie Melin, Ethnographie, Villa Bissinger

Aurélie Ringeval-Deluze, Économie, URCA,  
Ariel Sévilla, Sociologie, URCA  
Yves Tesson, Histoire,  
Benoît Verdier, Sciences de l'Information et de la Communication, URCA

**Comité scientifique :**

Jean-Jacques Boutaud, Sciences de l'Information et de la Communication, UBFC  
Theodore Georgopoulos, Droit, Institut Georges Chappaz, URCA  
Aloïs Kanyinda, Economie, NEOMA  
Emmanuelle Leclercq, Sociologie, URCA  
Richard Marchal, Oenologie, URCA  
Aurélie Melin, Ethnographie, Villa Bissinger  
Guillermo Neiman, Sociologie, Ceil – Conicet, Argentine  
Jocelyne Perard, Géographie, Chaire UNESCO « Culture et Traditions Vin », UBFC  
Jean-Robert Pitte, Géographie, Institut de France  
Roberto Daniel Pizzolatto, Agronomie, INTA, Argentine,  
Aurélie Ringeval-Deluze, Economie, URCA  
Ariel Sevilla, Sociologie, URCA  
Yves Tesson, Histoire  
Benoît Verdier, Sciences Information et Communication, URCA  
Serge Wolikow, Histoire, UBFC

Convegno patrocinato dalla Cattedra UNESCO "Cultura e Tradizioni del Vino"