

L'INFLUENCE DU CRITIQUE AMÉRICAIN ROBERT PARKER DANS L'UNIVERS DU VIGNOBLE BORDELAIS

L'objectif de cet article est d'analyser l'influence du critique américain Robert M. Parker dans l'univers du vignoble bordelais. Après avoir rappelé le contexte et les raisons de l'ascendant pris par Parker, nous montrerons qu'il a beaucoup contribué au succès des vins bordelais sur les marchés internationaux. Contrairement à certaines idées reçues, il ne semble pas avoir véritablement remis en cause la hiérarchie établie, laquelle est fondée sur les « classements ». En revanche, il a sans doute contribué à l'uniformisation du goût des vins.

Par Jérôme BARTHÉLEMY *

« **C**e dont je suis fier, c'est d'avoir apporté un point de vue américain, un point de vue démocratique à ce breuvage élitiste. J'ai mis tout le monde à égalité. D'où cette relation amour-haine entre moi et la France. C'est surtout en France qu'il y a tant de vieilles familles du vin. Cela remonte à bien avant la Révolution. Ce sont des familles nobles, avec un patrimoine incroyable. Et un Américain débarque, et leur dit qu'ils font un vin de pique-nique. Je donne une meilleure note au voisin débutant qui, d'après mon palais, en fait un meilleur. Ça les déroute complètement » (citation de Robert Parker dans NOSSITER, 2005)

« Je voudrais souligner qu'il est atterrant de voir que le travail fourni par toute l'équipe d'un domaine pendant un millésime entier, que l'effort d'une vie de vigneron, que l'histoire d'une région, que la création d'un terroir ayant nécessité plusieurs millénaires puissent être recrachés en trois secondes et affublés d'un détestable 75/100 ! Un chroniqueur qui se sait écouté et se permet de détruire commercialement une entreprise se conduit de façon odieuse et ne mérite ni l'attention que lui porte son public ni celle de ses détracteurs » (PAUMARD, 2005, p. 28-29).

Le choix d'un vin s'avère souvent difficile et ce, pour deux raisons. D'une part, l'offre est foisonnante et il n'est pas évident de savoir vers quel producteur se tourner (ARROW, 1974). D'autre part, un vin est un « bien d'expérience » et il est difficile de se prononcer sur sa qualité réelle avant de l'avoir bu (NELSON, 1970). Pour aider les consommateurs à faire leur choix, des classements ont été établis dans de nombreuses régions viticoles (1).

Ces classements jouent un rôle particulièrement important dans le vignoble bordelais. Comme l'a bien résumé HAY (2007, p. 185) : « *La place de Bordeaux est l'un des marchés les plus traditionnels au monde ... avec son système unique de classement des Châteaux, à la fois complexe et fortement hiérarchisé.* »

Depuis quelques années, le système des classements semble avoir perdu une partie de son influence au

* Professeur de stratégie et management, ESSEC Business School

(1) Le rôle des Appellations d'Origine Contrôlée (AOC) est sensiblement différent. Contrairement à ce que pensent la plupart des consommateurs, elles garantissent l'origine des vins, mais pas nécessairement leur qualité (BEAUME et VERNIER, 2006).



profit des avis des critiques vinicoles. L'Américain Robert M. Parker est le plus connu et le plus puissant d'entre eux. D'après MCCOY (2005, p. 2-3) :

« Robert M. Parker, dont le palais a été décrit comme l'équivalent œnologique du cerveau d'Einstein, est le critique vinicole le plus puissant au monde. On pourrait même dire qu'il est actuellement le critique le plus puissant au monde tous domaines confondus. Si un critique new-yorkais "descend" ou porte aux nues un film, cela aura un impact dans cette ville, mais pas forcément à Paris ou à Tokyo. Les réalisateurs ne chercheront pas non plus à faire les films qui lui plairont. Depuis vingt ans, Parker a influencé la façon dont le vin est produit, acheté et vendu dans quasiment tous les pays producteurs et consommateurs de vin ».

L'objectif de cet article est de revenir sur l'influence de Parker dans l'univers du vignoble bordelais. Parker est un personnage controversé : pour ses partisans, il a contribué à l'amélioration de la qualité des vins en favorisant la diffusion de techniques de vinification novatrices ; mais pour ses détracteurs, il est largement responsable de l'uniformisation du goût des vins. Comment expliquer l'ascendant de Parker ? On entend souvent dire que ses notes ont supplanté les classements dans l'esprit des consommateurs. Mais est-ce réellement le cas ? Comment les producteurs bordelais se sont-ils adaptés

à son influence ? Qui en a le plus bénéficié ?

La majeure partie des informations utilisées pour rédiger cet article sont tirées des deux biographies consacrées à Parker. La première (*The Emperor of Wine: The Rise of Robert M. Parker and the Reign of American Taste*), parue en 2005, a été rédigée par la journaliste américaine Elin MCCOY. Comme son sous-titre l'indique, elle est plutôt favorable à Parker. La seconde (*Robert Parker : Anatomie d'un mythe – Portrait non autorisé du plus grand dégustateur de tous les temps*) date de 2007 ; il s'agit d'un ouvrage à charge, écrit par Hanna AGOSTINI, une ancienne collaboratrice (d'ailleurs bordelaise) de Parker.



« Depuis quelques années, le système des classements semble avoir perdu une partie de son influence au profit des avis des critiques vinicoles. L'Américain Robert M. Parker est le plus connu et le plus puissant d'entre eux ». Robert M. Parker, le 22 juin 1999, après qu'il ait été fait chevalier de la Légion d'Honneur par le Président de la République Jacques Chirac.

© Jacques Bimon/AP/SIPA

LES CLASSEMENTS DES VINS

L'historique des classements

Il existe plusieurs classements dans le vignoble bordelais. Le classement des vins du Médoc, le plus connu d'entre eux, a été établi en 1855 par les courtiers bordelais sur la base des prix pratiqués par les différents « Châteaux », depuis la Révolution française (MARKHAM, 1998). Alors que le classement devait initialement prendre en compte la totalité du vignoble bordelais, il ne comporte finalement que des domaines situés dans le Médoc (à l'exception de celui du Haut-Brion, situé dans les Graves). En effet, les prix pratiqués par les domaines de Saint-Émilion ou de Pomerol, par exemple, étaient insuffisants pour leur permettre d'intégrer le classement (comportant soixante-et-un Châteaux répartis dans cinq catégories : quatre « premiers crus », onze « deuxièmes crus », quatorze « troisièmes crus », quinze « quatrièmes crus » et dix-sept « cinquièmes crus »). Depuis sa création, le classement des vins du Médoc n'a été modifié qu'une seule fois : en 1973, lorsque le Château Mouton Rothschild a été élevé au rang de « premier

cru » (2). Outre le classement des vins (rouges) du Médoc, un classement des vins (blancs) de Sauternes et Barsac a lui aussi été établi en 1855. À l'origine, ce classement comportait vingt-et-un Châteaux : un « premier cru supérieur » (Château Yquem), neuf « premiers crus » et onze « deuxièmes crus ». Ce classement n'a jamais été modifié ; c'est uniquement par le fait de divisions et de partages qu'il compte aujourd'hui cinq Châteaux de plus (soit vingt-six).

Les autres classements sont nettement plus récents. En 1959, treize Châteaux producteurs de vins rouges et

(2) Pour certains, cette exception doit beaucoup au fait que le Président Pompidou était un ancien dirigeant de la Banque Rothschild (SAVEROT et SIMMAT, 2008).



neuf Châteaux producteurs de vins blancs ont reçu la dénomination de « crus classés » des Graves (3). Ce classement n'a jamais été modifié depuis. La même année, un classement a également été établi pour les vins de Saint-Émilion. Celui-ci comportait deux catégories : les « premiers grands crus, classés A ou B » et les « grands crus classés ». Contrairement aux autres classements, il a été actualisé à plusieurs reprises (en 1969, 1986, 1996 et 2006). Deux « premiers grands crus classés A », treize

exemple, DUBOIS et NAUGES, à paraître ; HADJ ALI et NAUGES, 2007 ; HADJ ALI, LECOCQ et VISSER, 2008 ; HAY, 2007 ; LANDON et SMITH, 1997 et 1998).

Les données ci-après (voir le tableau 1) concernent les vins du Médoc et de Saint-Émilion, entre 1983 et 1998. Elles indiquent le prix des vins « en primeur », en fonction du classement des Châteaux qui les commercialisent. Rappelons que la vente « en primeur » est une particularité bordelaise, qui consiste à commercialiser deux



© Robert Holmes/AG Stock-REA

« Depuis sa création, le classement des vins du Médoc n'a été modifié qu'une seule fois : en 1973, lorsque le Château Mouton Rothschild a été élevé au rang de "premier cru" ». *Cave à vin de Château Mouton Rothschild.*

« premiers grands crus classés B » et quarante-six « grands crus classés » figuraient dans sa dernière version en date. Enfin, une sélection a été opérée, en 1932, parmi les Châteaux du Médoc exclus du classement de 1855. Ce classement des crus bourgeois du Médoc a été actualisé en 2003. Deux cent quarante-sept Châteaux figuraient dans la dernière version : neuf « crus bourgeois exceptionnels », quatre-vingt-sept « crus bourgeois supérieurs » et cent quarante et un « crus bourgeois ».

L'influence des classements sur le prix des vins

Comme de nombreuses études empiriques l'ont montré, les classements exercent toujours une forte influence sur le prix des vins de Bordeaux (voir, par

exemple, DUBOIS et NAUGES, à paraître ; HADJ ALI et NAUGES, 2007 ; HADJ ALI, LECOCQ et VISSER, 2008 ; HAY, 2007 ; LANDON et SMITH, 1997 et 1998).

ans avant leur date de livraison des vins encore en cours d'élevage. Comme on peut le constater, la hiérarchie établie est très bien respectée. La seule « anomalie » réside dans le fait que les « troisièmes crus classés » ne se vendent pas plus cher que les « quatrièmes crus classés », dans le Médoc. On peut également constater que les prix des « premiers crus classés » du Médoc (Château Lafite Rothschild, Château Margaux, Château Latour, Château Haut-Brion, Château Mouton Rothschild) et des « premiers grands crus classés A » de Saint-Émilion (Château Ausone et Château Cheval-Blanc) représentent plus du double de ceux des autres « crus classés ».

Que reflètent, en réalité, ces classements ?

On reproche souvent aux classements d'être trop anciens et de ne plus refléter la qualité réelle des vins.

(3) Au total, le classement comportait seize Châteaux différents. En effet, certains d'entre eux étaient à la fois classés en vin rouge et en vin blanc.



Médoc						
Classement	Premier cru	Deuxième cru	Troisième cru	Quatrième cru	Cinquième cru	Cru bourgeois
Prix	34 €	15 €	10 €	10 €	9 €	7 €
Saint-Émilion						
Classement	Premier grand cru classé A		Premier grand cru classé B		Grand cru classé	
Prix	40 €		16 €		11 €	

Tableau 1 : Prix moyens des vins du Médoc et de Saint-Émilion « en primeur » selon le classement des Châteaux (132 Châteaux entre 1983 et 1998 ; prix en équivalents-euros – base 1990).

Comme le notent, par exemple, COMBRIS, LECOCQ et VISSER (1997), le classement des vins du Médoc est resté figé, alors que la plupart des Châteaux ont changé de propriétaire et doublé (voire triplé) en superficie depuis 1855. Le cas le plus surprenant est sans doute celui du Château Desmirail. Après avoir totalement disparu dans les années 1930, ce domaine connaît une deuxième vie depuis 1981. Bien qu'il ait été « ressuscité » avec de nouvelles terres et de nouvelles vignes, le Château Desmirail est toujours considéré comme un « troisième cru classé » (SAVEROT et SIMMAT, 2008). À l'inverse, certains domaines réputés pour la qualité de leurs vins – comme, par exemple, le Château Sociando-Mallet –, n'ont jamais été intégrés à un quelconque classement (4).

Contrairement à ce que pensent certains consommateurs, les classements reflètent davantage le statut des Châteaux que la qualité des vins qu'ils produisent (BENJAMIN et PODOLNY, 1999 ; CHIFFOLEAU et LAPORTE, 2004 ; PODOLNY, 2005). Le statut est un concept sociologique qui remonte aux travaux de Max WEBER (trad. française 1964). Il fait référence à une hiérarchie établie (des individus ou des organisations), qui peut « exister indépendamment des différences (réelles ou perçues) en termes de qualité de produit ou de service » (WASHINGTON et ZAJAC, 2005, p. 284). Comme nous l'avons déjà indiqué, l'offre de vins est pléthorique et il est difficile de connaître la qualité d'un vin avant de l'avoir bu. En distinguant les « crus classés » des autres domaines, les classements orientent les consommateurs vers un nombre limité de producteurs (RAO, DAVIS et WARD, 2000). En sous-entendant que les « crus classés » produisent de meilleurs vins que les autres domaines, les classements donnent aux consommateurs des indications – pas forcément exactes – sur la qualité de leurs produits (SINE, SHANE et DI GREGORIO, 2003).

Pour éviter que les classements ne soient par trop déconnectés de la qualité réelle des vins, deux tentatives de révision ont eu lieu récemment : le classement des crus bourgeois du Médoc a été révisé en

2003 et celui des vins de Saint-Émilion l'a été en 2006. Mais ces deux tentatives ont tourné court... En février 2007, plusieurs Châteaux déclassés sont parvenus à faire annuler le nouveau classement des crus bourgeois du Médoc par le tribunal administratif de Bordeaux. La raison invoquée était que certains membres du jury étaient à la fois « juge et partie » (5). La saga du classement des vins de Saint-Émilion est plus complexe. En mars 2007, quatre Châteaux déclassés sont parvenus à faire suspendre le nouveau classement. En novembre 2007, le Conseil d'État a annulé le référé suspensif et rétabli le nouveau classement. En juillet 2008, le tribunal administratif de Bordeaux a annulé le nouveau classement pour la seconde fois... avant que les « promus » ne soient finalement autorisés à utiliser les mentions « grand cru classé » et « premier grand cru classé », en mai 2009. En revanche, aucun Château n'a été déclassé...

La difficulté à faire évoluer les classements montre bien que le statut de « cru classé » confère une véritable rente aux Châteaux qui en bénéficient (TORRÈS, 2005). En effet, la perte de ce statut les obligerait à faire des efforts considérables en termes de *marketing* et de communication pour rester visibles non seulement sur le marché national, mais – et surtout – sur le marché international. Ils ont donc tout intérêt au maintien du *statu quo*.

LE CRITIQUE AMÉRICAIN ROBERT M. PARKER

Le contexte

L'essor de l'influence prise par Parker intervient dans la foulée du célèbre « Jugement de Paris » (TABER, 2005). Le 24 mai 1976, une dégustation à l'aveugle a été organisée, avec un jury composé de neuf personnalités françaises du monde du vin. Elle « opposait » six Chardonnay californiens à quatre grands vins bourgui-

(4) On peut noter que les propriétaires de Château Sociando-Mallet ont toujours refusé que celui-ci fasse partie du classement des crus bourgeois du Médoc afin de ne pas compromettre les chances, en cas de révision du classement de 1855.

(5) Effectivement, quatre des dix-sept membres du jury étaient également propriétaires de « crus bourgeois ».



gnons et six Cabernet Sauvignon californiens à quatre grands « crus classés » bordelais. Il semble que l'objectif initial de l'organisateur – l'Anglais Steven Spurrier – était de montrer que la qualité des vins californiens s'était rapprochée de celle des vins français. Mais, contre toute attente, les vins californiens furent déclarés vainqueurs et ce, dans les deux catégories ! Outre les résultats, les commentaires du jury sont restés dans les annales. Par exemple : « *C'est vraiment un vin californien : il n'a pas de nez...* » (à propos d'un Bâtard-Montrachet de 1973), « *Ah, enfin un vin français !* » (à propos d'un Chardonnay de la Napa Valley) ou encore « *C'est certainement un premier grand cru de Bordeaux... Il est magnifique !...* » (à propos d'un Cabernet de la Napa Valley). On raconte également que certains membres du jury ont cherché à modifier leurs notes après s'être rendu compte qu'ils avaient préféré les vins californiens aux vins français. Alors que la presse française étouffe l'affaire, le magazine *Time* en fait sa couverture, avec ce titre : « Le Jugement de Paris »...

Le verdict du désormais célèbre « Jugement de Paris » sera confirmé par plusieurs autres dégustations à l'aveugle. Dans le monde du vin, il symbolise la remise en cause de la hiérarchie établie, dont les classements bordelais sont l'illustration parfaite. Il coïncide également avec l'émergence des États-Unis en tant que pays producteur et consommateur de vin. Tous les éléments sont donc réunis pour permettre l'essor d'une critique à la fois peu respectueuse de la hiérarchie établie et tournée vers les consommateurs américains. Comme le résume bien MCCOY (2005, p. 52) : « *Les classements, comme ceux qui existent en France et qui consistent à classer le vignoble et les domaines en grands crus et premiers crus, ne seraient plus l'élément déterminant pour trouver les meilleurs vins. Les consommateurs américains, qui se familiarisaient avec le vin et qui ne se faisaient pas encore totalement à leur propre goût, devraient trouver des "super-dégustateurs" auxquels ils pourraient faire confiance* ».

L'influence des critiques a été étudiée dans des domaines comme le cinéma (BASUROY, CHATTERJEE et RAVID, 2003 ; RAVID, 1999), l'édition (CAVES, 2000), les services financiers (ZUCKERMAN, 2004) et le vin (FERNANDEZ, 2004 ; ROBERTS et REAGANS, 2008 ; TEIL, 2001). Comme les classements, les critiques œnologiques peuvent aider les consommateurs à faire leur choix. En s'intéressant à certains domaines plutôt qu'à d'autres, les critiques attirent l'attention des consommateurs sur un nombre limité d'entre eux. En notant les vins, ils donnent aux consommateurs des indications – souvent fiables – sur leur qualité. Toutefois, il existe une différence fondamentale entre les classements et les critiques : alors que les classements ont tendance à perpétuer le *statu quo*, les critiques ont intérêt à remettre en cause la hiérarchie établie. En effet, leur légitimité provient en grande partie de leur capacité à découvrir de nouveaux talents (WIJNBERG et GEMSER, 2000).

Les raisons de la notoriété de Parker

Trois éléments sont généralement avancés pour expliquer l'essor de l'influence prise par Parker (plutôt que celle d'un autre critique), dans la foulée du « Jugement de Paris » :

- 1) ses qualités de dégustateur ;
- 2) sa méthode de notation et ses commentaires de dégustation ;
- 3) et enfin, son indépendance.

• Des qualités de dégustateur

Comme nous le verrons par la suite, on reproche souvent à Parker ses préférences en matière de vin. En revanche, il est unanimement reconnu comme un très bon dégustateur. Parker goûterait entre dix mille et quinze mille vins par an. Son « nez » serait assuré pour un million de dollars (LANGEWIESCHE, 2000). Comme le rappellent AGOSTINI et GUICHARD (2007), il excelle dans les dégustations à l'aveugle. Sur vingt-huit vins qui lui auraient été servis lors d'un dîner en 1994, par exemple, il en aurait reconnu vingt-quatre et serait parvenu à identifier la région d'origine ou le millésime des quatre autres. D'après MCCOY (2005), son unique échec serait d'avoir confondu deux vins suisses avec deux vins de Bourgogne, lors d'une dégustation effectuée dans les années 1980...

L'ascension de Parker remonte au début des années 1980. Il doit beaucoup au vignoble bordelais et à son système des primeurs. Toute la campagne des primeurs repose sur l'appréciation du potentiel du millésime. En dégustant, au printemps de chaque année, le millésime de l'année précédente, les critiques accèdent à des informations auxquelles les consommateurs n'ont pas accès. Leur rôle consiste alors à interpréter ces informations et à les communiquer à leurs lecteurs. Lors des dégustations effectuées au printemps 1983, la plupart des critiques étaient sceptiques, quant au potentiel du millésime 1982. En effet, ils craignaient que sa maturité précoce n'en compromette le vieillissement. Parker, lui, y vit rapidement l'un des meilleurs millésimes du siècle. Il recommanda donc aux lecteurs du *Wine Advocate* – une lettre d'information qu'il éditait depuis 1978 – d'en acheter en grandes quantités. Une fois mis en bouteille, le millésime 1982 tint toutes ses promesses. Accessoirement, il permit aux consommateurs qui avaient fait confiance à Parker de réaliser de fortes plus-values (2 012 %, entre 1983 et 2002 !) (MCCOY, 2005) (6).

• Sa méthode de notation et ses commentaires de dégustation

L'influence prise par Parker doit également beaucoup à sa méthode de notation. Dans les années 1980, la plupart des critiques utilisaient un système de notation reposant sur l'attribution d'étoiles. Parker est le premier

à avoir utilisé un système de notation sur cent (7). Le succès de la notation sur cent a été immédiat, car sa précision lui confère une rigueur « scientifique » qui la démarque de la notation par étoiles. En outre, elle est très séduisante pour les consommateurs américains, car elle est utilisée dans leur système scolaire. Si la notation sur cent a permis aux consommateurs américains d'appréhender plus facilement le monde du vin, on peut lui adresser deux grands reproches. Premièrement, il n'est pas sûr que ramener un produit aussi complexe qu'un vin à une note sur cent ait vraiment un sens (EPSELAND et STEVENS, 1998) (8). Deuxièmement, l'impression de rigueur « scientifique » donnée par la notation sur cent est trompeuse. En effet, il est peut probable que la différence entre des notes de 90 et 91, par exemple, soit significative et que les préférences de Parker soient stables dans le temps.

Même si on l'oublie souvent, le système de notation sur cent n'est pas la seule innovation de Parker. Alors que la plupart des critiques utilisaient un langage hermétique, Parker s'est fait connaître par ses commentaires plus accessibles. Par exemple : « *J'ai commencé à déguster le Petit Village 1982 régulièrement depuis le milieu des années 1980, ne pouvant résister à son beau déploiement de spectaculaires arômes d'herbes rôties, de moka, de cerise et de chêne neuf fumé, perceptibles tant au nez qu'en bouche. Ce vin s'est toujours distingué par son opulence, son épaisseur, son caractère séveux et confit ; cependant, il ne manque pas d'étonner par la race et la précision qu'il commence à développer... D'un grenat foncé fortement ambré sur le bord, il exhale un nez renversant, préluant à un ensemble corpulent, gras et mûr, suintant littéralement d'un fruité confituré. Opulent et trapu, épais et charnu, il est étayé par une faible acidité. Si ce vin avait été une friandise, il serait probablement une synthèse de Milky Way, de beurre de cacahuète et de chocolat au lait* » (PARKER, 2005, p. 728, à propos du millésime 1982 du Château Petit Village, noté 93/100).

• Son indépendance

L'ascendant pris par Parker doit également beaucoup à sa réputation d'indépendance. Jusque dans les années 1980, la critique vinicole internationale était dominée

(6) D'après AGOSTINI et GUICHARD (2007), l'œnologue Emile Peynaud et le critique Michel Bettane auraient été les premiers à affirmer que le millésime 1982 serait exceptionnel. Après avoir longtemps reconnu cette antériorité, Parker aurait fini par la passer sous silence : « Dans l'une des premières éditions de son ouvrage consacré aux Bordeaux (1991, 1993), (Robert Parker) commence ainsi la rubrique traitant des 1982 : ... "La Revue du vin de France, et (...) Michel Bettane ont été les premiers à annoncer que le millésime 1982 serait exceptionnel par sa richesse, son épanouissement et sa concentration. Bettane parlait même du plus grand millésime depuis 1929". Bel hommage ! Dans l'édition suivante, le texte de présentation est repris à l'identique, à l'exception de ce passage. Exit la référence à Bettane et à *La Revue du vin de France* ! » (AGOSTINI et GUICHARD, 2007 : 101).

(7) Dans les faits, il s'agit d'une notation sur cinquante (car la note minimum est de cinquante).

par les *Masters of Wine* anglais. Alors que ces derniers sont très respectueux de la hiérarchie établie, Parker se considère comme un disciple de Ralph Nader (9). Selon lui, les classements ne doivent pas influencer le consommateur. Seule la qualité réelle des vins doit être prise en compte. Comme il l'écrit dans son guide : « *Le classement de 1855 des vins du Médoc et ceux qui ont suivi, pour les Graves et les Saint-Émilion, ont établi une hiérarchie rigide qui, aujourd'hui encore, détermine le prix des crus classés. Paradoxalement, ces listes, qui avaient été établies dans le but de déterminer la qualité des différents crus, ne devraient plus avoir qu'un intérêt historique, tant il est vrai qu'elles ne permettent plus d'apprécier leur niveau réel* » (PARKER, 2005, p. 1185).

Parker revendique également son indépendance vis-à-vis des Châteaux qu'il évalue. Selon lui, cette caractéristique le distingue de la plupart de ses confrères. En effet, il n'a pas hésité à écrire que « *Tous les journalistes australiens spécialisés dans le vin sont à la solde des quatre grands groupes viticoles* » (MCCOY, 2005, p. 236). Lors d'une controverse avec le critique anglais Jancis ROBINSON, il a même écrit : « *Je sens ici l'homme de paille à l'œuvre* » (PARKER, 2003, p. 767) (10). Objectivement, on peut noter que le *Wine Advocate* est l'une des seules publications sur le vin qui ne comporte pas de publicité et que les détracteurs de Parker reconnaissent eux-mêmes son indépendance. Comme le soulignent, par exemple, AGOSTINI et GUICHARD (2007, p. 80) : « *Lorsqu'il est en visite dans les Châteaux, Parker n'est pas du genre à laisser ouvert le coffre de sa voiture dans l'espoir qu'il sera dûment rempli avant son départ. C'est ce qui le... démarquerait de certains critiques européens coutumiers du fait.* » Une seule véritable critique est parfois adressée à Parker : les relations très proches qu'il entretient avec certains propriétaires bordelais pourraient donner lieu à des conflits d'intérêt.

Les notes attribuées par Parker influencent-elles le prix des vins ?

Parker tient une place à part au sein de la critique vinicole mondiale. Comme nous l'avons déjà souligné, il est le seul critique dont les avis soient suivis dans le monde

(8) Pour nuancer ce propos, on peut remarquer que les consommateurs utilisent souvent les notes de Parker sous forme de fourchettes : « exceptionnel » (96-100), « excellent » (90-95), « très bon » (80-89) et « bon » (70-79).

(9) Ralph Nader est un célèbre défenseur des consommateurs américains qui a défrayé la chronique dans les années 1960 et 1970 en s'attaquant (notamment) à l'industrie automobile.

(10) AGOSTINI et GUICHARD (2007, p. 360 note 35) rappellent à ce sujet que : « La phrase a disparu de la version française, sur proposition de la traductrice et de l'éditrice. Proposition à laquelle, dans un premier temps, Parker avait répondu en suggérant de conserver le propos, mais de remplacer le nom de Jancis Robinson par "quelques vieilles journalistes anglaises" » (!)

entier (ECHKSON, 2004) (11). D'après PAUMARD (2005, p. 35-36) : « *La médiatisation impose ses lois ; ce sont les journalistes et les chroniqueurs qui influencent l'opinion du public sur tel ou tel cru. L'Américain Robert Parker, muni des deux outils que sont ses guides et sa revue The Wine Advocate, distribués à plusieurs millions d'exemplaires dans le monde entier, en est l'exemple le plus frappant. Les vigneronns se félicitent de gagner en prestige quand leurs vins sont dégustés par cet illustre personnage, mais ils tremblent dans l'attente du verdict : une très bonne note peut les propulser sur le devant de la scène commerciale mondiale, et une très mauvaise note peut sonner le glas de l'exportation des produits de leur entreprise. Il est vrai que ce dégustateur hors pair est suivi par presque tous les œnophiles américains et japonais et qu'il jouit aussi d'une très grande influence en Europe.* »

D'après MCCOY (2005), l'influence de Parker a réellement commencé à se faire sentir dans l'univers du vignoble bordelais à partir du début des années 1990. Traditionnellement, les courtiers et les négociants jouaient un rôle central dans la fixation du prix des vins « en primeur ». Depuis le début des années 1990, il semble que ce rôle ait été transféré aux critiques vinicoles (notamment à Parker). En effet, les clients ont pris l'habitude d'attendre la parution du *Wine Advocate* avant de passer leurs ordres d'achat. Alors que les vins très bien notés par Parker s'arrachent, les autres ont beaucoup plus de mal à être écoulés. D'où ce dicton bien connu dans le vignoble bordelais : « Au-dessous de 90, un vin est invendable. Au-dessus, il est introuvable ! » (12).

La plupart des études quantitatives menées sur le sujet confirment l'existence d'une relation entre les notes attribuées par Parker et le prix des vins. On peut cependant noter que les résultats divergent quant à l'intensité de cette relation. Pour certains chercheurs, elle est très forte. D'après une étude menée par JONES et STORCHMANN (2001) sur un échantillon de vins vendus aux enchères, un point supplémentaire se matérialiserait par une augmentation du prix (de 7 %, en moyenne). Pour d'autres chercheurs, cette majoration est nettement plus faible. D'après une étude menée par HADJ ALI et NAUGES (2007) sur un échantillon de vins « en primeur », un point supplémentaire provoquerait une augmentation du prix de 1,01 %, en moyenne. En fait, il semble que l'intensité de la relation entre les notes décernées par Parker et les prix des vins diminue très sensiblement lorsque l'on prend en compte des varia-

(11) Les ouvrages de Parker sont disponibles en anglais, mais également en japonais, chinois, russe, polonais, suédois et français.

(12) Étant donné l'influence de Parker, avoir accès à ses notes avant les autres relève quasiment du « délit d'initié ». L'anecdote suivante a été relatée par MCCOY (2005) : au printemps 2000, un négociant aurait assisté à une dégustation effectuée par Parker dans un château bordelais. Il l'aurait également entendu dire « *wow !* » après avoir goûté l'un des vins. Le négociant fait alors part de cette information à un importateur américain qu'il connaît bien. Après avoir longuement discuté au télé-

bles, telles que les classements (LANDON et SMITH, 1997 et 1998). Nous reviendrons sur cette observation dans notre troisième partie.

Si l'intensité de la relation entre les notes attribuées par Parker et le prix des vins est parfois surestimée, il est indéniable que Parker a beaucoup contribué au succès des vins de Bordeaux sur les marchés internationaux. Rappelons que Parker a été élevé aux rangs de Chevalier de la Légion d'honneur (en 1999) et d'Officier de la Légion d'honneur (en 2005) ; le fait que plusieurs propriétaires bordelais se soient mobilisés pour que la Légion d'honneur lui soit attribuée est sans doute la meilleure preuve de sa contribution à la bonne santé financière du vignoble bordelais.

À titre d'illustration, il est peu probable que les vins du millésime 2005 auraient atteint des prix aussi élevés si Parker n'y avait pas vu le « millésime parfait ». *A contrario*, l'échec du millésime 2002 doit également beaucoup à Parker. La particularité de ce millésime est, en effet, qu'il a été mis sur le marché sans avoir été dégusté par Parker (13) ! En l'absence de notes, seuls les « premiers crus classés » et quelques « deuxièmes crus classés » sont réellement parvenus à tirer leur épingle du jeu sur le marché international. On a pu constater également, à cette occasion, que les notes décernées par les autres critiques (et notamment ceux du *Wine Spectator*) n'ont pas eu de véritable influence sur le marché.

De manière plus générale, les millésimes 2002 et 2005 des vins de Bordeaux illustrent bien le double rôle joué par les critiques. Si les notes qu'ils attribuent aux produits influencent les décisions d'achat (ainsi, les notes élevées attribuées aux vins du millésime 2005 ont fait monter les prix), le fait d'évaluer (ou de ne pas évaluer) certains produits n'est pas neutre (ainsi, comme nous l'avons mentionné plus haut, l'absence de notation a été néfaste au millésime 2002) (14).

LES NOTES ATTRIBUÉES PAR PARKER ONT-ELLES SUPPLANTÉ LES CLASSEMENTS ?

Certains éléments suggèrent une remise en cause de la hiérarchie établie

Dans leur étude du marché français de la peinture entre le XVII^e siècle et le XIX^e siècle, WHITE et WHITE (1993) ont montré comment la hiérarchie établie (incarquée par

phone de l'intensité du « *wow !* », l'importateur décide d'acheter 75 caisses du vin en question. C'est une « bonne » décision car la note s'avéra être un « 93+ ».

(13) Pour des raisons liées à la deuxième guerre du Golfe, Parker ne s'est pas rendu à Bordeaux au printemps 2003. Il a attendu l'automne pour effectuer les dégustations et faire paraître ses notes dans le *Wine Advocate*.

(14) Plus précisément, HADJ ALI, LECOCQ et VISSER (2008) ont évalué à 2,80 euros par bouteille la perte liée au fait que Parker n'ait pas « noté » les vins du millésime 2002 avant l'automne 2003.



le Salon de Paris) a été progressivement remplacée par les critiques. Le Salon avait été fondé, en 1667, par l'Académie royale de Peinture et de Sculpture. Chaque année, les artistes soumettaient leurs œuvres à un jury constitué essentiellement de membres de l'Académie. Ce jury sélectionnait alors un nombre limité d'œuvres, qui étaient exposées lors du Salon. À partir de la seconde moitié du XIX^e siècle, le Salon fut de plus en plus contesté et ce, pour deux raisons : d'une part, il ne permettait pas de faire face au nombre croissant d'artistes et, d'autre part, il rejetait les plus innovants d'entre eux. Ainsi, en 1867, par exemple, le jury du Salon avait refusé les œuvres présentées par des peintres impressionnistes, tels que Monet, Pissarro, Sisley, Cézanne et Renoir. Le Salon finit par être remplacé par un système « marchands/critiques », qui prenait en compte un plus grand nombre d'artistes et valorisait les artistes innovants (DELACOUR et LECA, 2007 ; WIJNBERG et GEMSER, 2000).

Un parallèle peut être établi entre le marché français de la peinture du XVII^e au XIX^e siècle et le vignoble bordelais depuis les années 1980. En effet, les partisans et les détracteurs de Robert Parker ont au moins un point commun : ils sont persuadés que le critique américain a remis en cause la hiérarchie établie. Rappelons que l'une des ambitions affichées par Parker est de remplacer les classements par un système davantage « méritocratique » (c'est-à-dire... fondé sur ses propres critiques !).

L'exemple des « vins de garage » est souvent cité pour illustrer la manière dont Parker a remis en cause les classements. Les « vins de garage » sont des vins puissants, issus de petites parcelles aux rendements très faibles. Les domaines qui les produisent ne sont pas des crus classés ; ils n'ont pas d'histoire et leurs vins doivent plus à leur savoir-faire en matière de vinification qu'à la qualité de leur terroir. Château Valandraud est le plus connu d'entre eux. Situé dans la région de Saint-Émilion, il a été fondé en 1991 par Jean-Claude Thunevin, un négociant en vins. Les très bonnes notes accordées par Parker (qui le considère comme de « niveau second cru »), alliées à une production très limitée en volume, lui ont permis d'atteindre des prix aussi élevés que les « crus classés » les plus prestigieux.

Outre le fait d'avoir attiré l'attention sur des domaines absents des classements, on attribue souvent à Parker le fait d'avoir corrigé certaines anomalies dans les classements. C'est ce que suggère l'exemple suivant : alors que le Château Léoville Las Cases et le Château Brane Cantenac sont des « deuxièmes crus classés » du Médoc, Parker considère le Château Léoville Las Cases comme de « niveau premier cru » et le Château Brane Cantenac comme de « niveau troisième cru ». Lors des ventes en primeur du millésime 2006, une bouteille de Château Léoville Las Cases valait 140 euros, contre moins de 30 euros pour une bouteille de Château Brane Cantenac (SAVEROT et SIMMAT, 2008)...

Au final, une remise en cause de la hiérarchie établie plutôt timide

Malgré ces quelques exemples, l'argument selon lequel Parker aurait remis en cause les classements ne résiste pas à une analyse plus approfondie. Pour un critique, une première façon de remettre en cause la hiérarchie établie consisterait, par exemple, à s'intéresser en priorité aux acteurs qui en sont exclus. Ce n'est pas le cas de Parker : il suffit de consulter ses guides pour se rendre compte du fait que seuls les « crus classés » font l'objet de notations et de commentaires détaillés. Pour les autres domaines, il faut généralement se contenter d'une fiche signalétique et d'une appréciation globale. PARKER (2005, p. 17) reconnaît lui-même que « *L'accent est bien évidemment mis sur les crus les plus connus.* » (15). En d'autres termes, les « vins de garage » sont les exceptions qui confirment la règle...

Pour un critique, une seconde façon de remettre en cause la hiérarchie établie serait de publier des notes contredisant celle-ci. Les données ci-après (voir le tableau 2) portent sur les vins du Médoc et de Saint-Émilion entre 1994 et 1998, puis en 2005. Elles indiquent les notes des vins « en primeur », en fonction du classement des Châteaux qui les commercialisent. Comme on peut le voir, les notes attribuées par Parker reflètent assez fidèlement les classements. La seule exception est celle des « troisièmes crus classés » entre 1994 et 1998, dont les notes sont inférieures à celles des « cinquièmes crus classés » au lieu d'être comprises entre les notes des « deuxièmes crus classés » et celles des « quatrièmes crus classés ». Comme le suggère l'analyse des prix pratiqués par le Château Léoville Las Cases et le Château Brane Cantenac, les notes de Parker ont sans doute permis de corriger certaines erreurs manifestes dans les classements (HAY, 2007). En revanche, elles ne semblent pas les avoir fondamentalement remis en cause.

Le cas du vignoble bordelais depuis la fin du XX^e siècle est donc très différent de celui du marché français de la peinture des XVII^e, XVIII^e et XIX^e siècles. Les notes des critiques tels que Parker ne semblent pas avoir remplacé les classements. Au contraire, les « crus classés » semblent bénéficier d'un « effet Matthieu » (MERTON, 1968) (16). Plus le statut d'un Château est élevé, plus il bénéficie des notes de Parker lorsque celles-ci sont bonnes (et moins il en pâtit, lorsqu'elles sont mauvaises). Le cas du millésime 2005 est éloquent. En 2006, le prix d'une bouteille commercialisée « en primeur » par Margaux, Latour, Mouton

(15) On peut également noter que moins de trente pages (sur mille deux cent cinquante) sont consacrées aux appellations dites « satellites », dans le *Guide Parker des vins de Bordeaux*.

(16) L'expression « effet Matthieu » est tirée d'une phrase de l'Évangile selon Saint Matthieu : « À celui qui a, il sera beaucoup donné et il vivra dans l'abondance, mais à celui qui n'a rien, il sera tout pris, même ce qu'il possédait ».



Médoc						
Classement	Premier cru	Deuxième cru	Troisième cru	Quatrième cru	Cinquième cru	Cru bourgeois
Notes (1994-1998)	92,48	88,81	85,92	86,91	86,75	84,78
Notes (2005)	96,6	93,3	92,4	91,5	90,6	---
Saint-Émilion						
Classement	Premier grand cru classé A		Premier grand cru classé B		Grand cru classé	
Notes (1994-1998)	91,70		88,13		87,90	
Notes (2005)	97,3		93,4		92,7	

Tableau 2 : Notes des vins du Médoc et de Saint-Émilion selon les classements (de 1994 à 1998 et en 2005).

Rothschild, Lafite Rothschild, Haut-Brion, Ausone et Cheval Blanc était de 343 euros HT en moyenne (pour un coût de production estimé à 15 euros maximum) (SAVEROT et SIMMAT, 2008). Malgré leur prestige, il est peu probable que ces Châteaux auraient pu pratiquer des prix aussi élevés sans les notes (sur 100, rappelons-le) de Parker : 93-96 (Lafite Rothschild), 94-96 (Mouton Rothschild), 95-98 (Cheval Blanc), 96-100 (Margaux), 96-100 (Ausone et Haut Brion), 98-100 (Latour). La complémentarité entre les classements et les notes de Parker permet d'expliquer le paradoxe observé par ECHIKSON (2004) : bien que les consommateurs se fient de plus en plus aux critiques, les « crus classés » ne se sont jamais aussi bien portés !

Y a-t-il un prix à payer, pour être bien noté par Parker ?

Comme nous l'avons vu, il est indéniable que les notes de Parker ont un impact sur le prix des vins. Il n'est donc pas étonnant que certains Châteaux bordelais soient soupçonnés d'adapter leurs vins aux préférences de Parker. L'objectif est évidemment d'obtenir des notes élevées afin de pouvoir pratiquer des tarifs en conséquence. D'après AGOSTINI et GUICHARD (2007 : 182) : « Les producteurs ont compris le jeu – et l'enjeu. Ils n'envisagent plus de vendre un vin qui n'ait été dégusté et noté par Parker. Certains vont même jusqu'à ajuster leur vinification à ce qu'ils pensent être son goût. On assiste à une généralisation de vins boisés, mûrs, riches, un peu confits, censés séduire son palais, ainsi que celui de ses compatriotes. »

Le phénomène selon lequel les organisations se désengagent de leurs activités traditionnelles pour se focaliser sur les activités valorisées par la critique, est classique. Il a notamment été observé dans le domaine des *business schools* (ELSBACH et KRAMER, 1996 ; GIOIA et CORLEY, 2002). Le documentaire *Mondovino* a connu un grand succès en le dénonçant, dans le domaine du vin (NOSSITER, 2005). Il a également souligné le rôle central joué par certains œnologues dans la dynamique de « parkérisation » des vins. Michel Rolland est le plus connu d'entre eux ; originaire de la région bordelaise, il travaille pour une cen-

taine de clients dans le monde entier. Pour un montant compris entre 20 000 et 100 000 euros par millésime, il a la réputation (justifiée) de savoir « fabriquer » les vins qui trouveront grâce aux yeux de Parker. À titre d'illustration, quarante-sept des soixante-treize millésimes 2001 ayant obtenu une note supérieure à 90 auraient ainsi bénéficié des conseils de Rolland (MCCOY, 2005).

L'histoire récente de Château Lascombes (« deuxième cru classé » de Margaux) illustre bien la façon dont le tandem Parker-Rolland peut être utilisé par les propriétaires de certains domaines. Le Château Lascombes a été racheté par le fonds d'investissement Colony Capital, au début des années 2000. Le domaine est alors mal en point et les nouveaux propriétaires recourent très rapidement aux services de Rolland. Les effets ne se font pas attendre : alors que Parker (2005, p. 361) considérait que « les (millésimes) 1999, 1997, 1995 et 1994 étaient à peine buvables », les notes qu'il attribue aux millésimes 2001 à 2005 s'échelonnent entre 92 et 95. Comme il le résume : « Cette propriété, qui fut autrefois l'une des plus renommées de Margaux, a traversé une période difficile dans les années 1980 et 1990, mais elle vit une renaissance, depuis son rachat par la société Colony Capital... Des mesures radicales [...] ont permis à Lascombes, qui était tombé au niveau d'un cru bourgeois durant les deux décennies précitées, d'opérer un redressement... Les nouveaux maîtres des lieux ont recouru à des personnalités de grand talent, comme [...] Michel Rolland (un œnologue de réputation internationale) qui (a) eu carte blanche pour effectuer les changements, tant dans le vignoble que dans le chai, nécessaires à la production de vins du meilleur niveau possible » (PARKER, 2005, p. 361). S'il est indéniable que la qualité des vins produits par Château Lascombes s'est améliorée depuis plusieurs années, on peut également constater que cette amélioration s'est faite selon des « standards » édictés par Parker.

On reproche souvent à Parker d'avoir contribué à la prolifération des vins favorisant la puissance au détriment de la finesse. Si ce phénomène est peu contestable, il nous semble important de rappeler qu'il résulte avant tout d'une évolution initiée dès les années 1970 par Émile Peynaud, un célèbre professeur d'œnologie de la Faculté de Bordeaux. Au risque de la caricaturer,



JÉRÔME BARTHÉLEMY

« Contrairement à ce que l'on avance parfois, Robert Parker ne semble pas avoir véritablement remis en cause la hiérarchie établie fondée sur les "classements". En revanche, il a sans doute contribué à l'uniformisation du goût des vins (même s'il n'a pas initié celle-ci) ». *Affiche publicitaire des années 1900-1909 par Cappiello (1875-1942).*

cette approche « internationale » du vin repose sur deux grandes composantes : 1) l'utilisation de raisins très mûrs et fortement sélectionnés et 2) l'élevage du vin en barriques de chêne neuves (qui donne au vin un goût « toasté » très caractéristique).

Paradoxalement, il semble donc que l'uniformisation du goût des vins dans le vignoble bordelais (mais également dans le reste du monde) se fasse en grande partie sur des « standards » bordelais datant des années 1970. Comme le rappelle Denis Dubourdieu à propos des vins californiens : « *Le vignoble californien n'est pas autre chose qu'une création de grandes familles américaines amoureuses des vins de Bordeaux et ayant mis tout en œuvre pour créer un vignoble s'en inspirant* » (citation tirée de SAVEROT et SIMMAT, 2008, p. 48).

CONCLUSION

L'influence du critique américain Robert Parker dans l'univers du vignoble bordelais suscite la controverse. Dans cet article, nous avons montré qu'il a beaucoup contribué au succès des vins bordelais sur les marchés internationaux, depuis les années 1980. Contrairement à ce que l'on avance parfois, il ne semble pas avoir véritablement remis en cause la hiérarchie établie fondée sur les « classements ». En revanche, il a sans doute contribué à l'uniformisation du goût des vins (même s'il n'a pas initié celle-ci).

Pour conclure, il faut noter que l'influence de Parker dans l'univers du vignoble bordelais est peut-être en train de décliner. Depuis une quinzaine d'années, les Châteaux attendaient généralement la parution de ses notes pour fixer leurs prix. Les notes les plus élevées donnaient alors lieu à une forte spéculation. En 2009, certains Châteaux n'ont pas hésité à fixer les prix du millésime 2008 avant la parution des notes de Parker dans le *Wine Advocate*. Par ailleurs, la crise économique a également contribué au recul du phénomène de spéculation. ■

BIBLIOGRAPHIE

AGOSTINI (H.) & GUICHARD (M.-F.), *Robert Parker : Anatomie d'un mythe*, Paris, Scali, 2007.
 ARROW (K.), *The Limits of Organization*, New York, Norton, 1974.
 BASUROY (S.), CHATTERJEE (S.) & RAVID (A.), « How critical are critical reviews? The box office effects of film critics, star power, and budgets », *Journal of Marketing*, 67, pp. 103-117, 2003.
 BEAUME (R.) & VERNIER (R.), « La mondialisation, menace ou opportunité pour le vin français ? », *La Gazette de la société et des techniques*, n° 38, 2006.
 BENJAMIN (B.) & PODOLNY (J.), « Status, quality, and

social order in the California wine industry », *Administrative Science Quarterly*, 44, pp. 563-589, 1999.

CAVES (R.), *Creative industries*, Cambridge, Harvard University Press, 2000.

CHIFFOLEAU (Y.) & LAPORTE (C.), « La formation des prix : le marché des vins de Bourgogne », *Revue Française de Sociologie*, n° 45, pp. 653-680, 2004.

COMBRIS (P.), LECOCQ (S.) & VISSER (M.), « Estimation of a hedonic price equation for Bordeaux wine: Does quality matter? », *Economic Journal*, 107, pp. 390-402, 1997.

DELACOUR (H.) & LECA (B.), « Le processus de dés-institutionnalisation d'un FCE : le cas du Salon de Paris », XVI^e conférence internationale de l'Association Internationale de Management Stratégique, Montréal, 6-9 juin 2007.

DUBOIS (P.) & NAUGES (C.), « Identifying the effect of unobserved quality and expert reviews in the pricing of experience goods: Empirical application on Bordeaux wine », *International Journal of Industrial Organization* (à paraître).

ECHIKSON (W.), *Noble Rot: A Bordeaux Wine Revolution*, New York, W. W. Norton, 2004.

ELSBACH (K.) & KRAMER (R.), « Members' responses to organizational identity threats: Encountering and countering the Business Week rankings », *Administrative Science Quarterly*, 41, pp. 442-476, 1996.

EPSELAND (W.) & STEVENS (M.), « Commensuration as a social process », *Annual Review of Sociology*, 24, pp. 313-343, 1998.

FERNANDEZ (J.-L.), *La Critique vinicole en France : pouvoir de prescription et construction de la confiance*, Paris, L'Harmattan, 2004.

GIOIA (D.) & CORLEY (K.), « Being good versus looking good: Business School rankings and the Circean transformation from substance to image », *Academy of Management Learning and Education*, 1, pp. 107-120, 2002.

HADJ ALI (H.), LECOCQ (S.) & VISSER (M.), « The impact of gurus: Parker grades and en primeur wine prices », *Economic Journal*, 118, pp. 158-173, 2008.

HADJ ALI (H.) & NAUGES (C.), « Reputation and quality effects in the pricing experience goods: the case of en primeur wine », *American Journal of Agricultural Economics*, 89, pp. 91-103, 2007.

HAY (C.), « Globalisation and the institutional re-embedding of markets: The political economy of price formation in the Bordeaux en primeur market », *New Political Economy*, 12, pp. 185-209, 2007.

JONES (G.) & STORCHMANN (K.-H.), « Wine market prices and investment under uncertainty: an econometric model for Bordeaux crus classes », *Agricultural Economics*, 26, pp. 115-133, 2001.

LANDON (S.) & SMITH (C.), « The use of quality and reputation indicators by consumers: The case of

- Bordeaux Wine », *Journal of Consumer Policy*, 20, pp. 289-323, 1997.
- LANDON (S.) & SMITH (C.), « Quality expectations, reputation and price », *Southern Economic Journal*, 64, pp. 628-647, 1998.
- LANGEWIESCHE (W.), « The Million-Dollar Nose », *The Atlantic*, December, 2002.
- MARKHAM (D.), 1855, *A History of the Bordeaux Classification*, Chichester, John Wiley, 1998.
- MCCOY (E.), *The Emperor of Wine: The Rise of Robert M. Parker and the Reign of American Taste*, New York, Harper Collins, 2005.
- MERTON (R.), « The Matthew effect in science », *Science*, pp. 159, 56-63, 1968.
- NELSON (P.), « Information and consumer behaviour », *Journal of Political Economy*, 78, pp. 311-329, 1970.
- NOSSITER (J.), *Mondovino*, Éditions TF1 Vidéo, 2005.
- PARKER (R.), *Guide Parker des vins de Bordeaux*, Paris, Solar, 2005.
- PARKER (R.), *Bordeaux: A consumer's guide to the world's finest wines*, New York, Simon & Schuster, 2003.
- PAUMARD (B.), *Guide Paumard des grands vins du monde*, Paris, Perrin, 2005.
- PODOLNY (J.), *Status signals*, Princeton, Princeton University Press, 2005.
- POULET (B.), « Michel Rolland, l'alchimiste du terroir-casse », *L'Expansion*, 86-88, 2005.
- RAVID (A.), « Information, blockbusters, and stars: A study of the film industry », *Journal of Business*, 72, pp. 463-492, 1999.
- RAO (H.), DAVIS (G.) & WARD (A.), « Embeddedness, social identity and mobility: Why firms leave the NASDAQ and join the New York Stock Exchange », *Administrative Science Quarterly*, 45, pp. 268-295, 2000.
- ROBERTS (P.) & REAGANS (R.), « Locating Critical Influence beyond the Margins of Status Hierarchies », 2nd annual conference of the American Association of Wine Economists, Portland, Oregon, 14-16 august, 2008.
- SAVEROT (D.) & SIMMAT (B.), *In vino Satanas*, Paris, Albin Michel, 2008.
- SINE (W.), SHANE (S.) & DIGREGORIO (D.), « The halo effect and technology licensing: The influence of institutional prestige on the licensing of university inventions », *Management Science*, 49, pp. 478-496, 2003.
- TABER (G.), *Judgment of Paris: California vs. France and the Historic 1976 Paris Tasting that Revolutionized Wine*, New York, Scribner, 2005.
- TEIL (G.), « La production du jugement esthétique sur les vins par la critique vinicole », *Sociologie du Travail*, n° 43, pp. 67-89, 2001.
- TORRES (O.), *La Guerre des vins : L'affaire Mondavi*, Paris, Dunod, 2005.
- WEBER (M.), *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon, 1964.
- WHITE (H.) & WHITE (C.), *Canvases and Careers: Institutional Change in the French Painting World*, Chicago, University of Chicago Press, 1993.
- WIJNBERG (N.) & GEMSER (G.), « Adding value to innovation: Impressionism and the transformation of the selection system in visual arts », *Organization Science*, 11, pp. 323-329, 2000.
- ZUCKERMAN (E.), « Structural incoherence and stock market activity », *American Sociological Review*, 69, pp. 405-432, 2004.