Résumé

Au cœur d'un monde viti-vinicole languedocien complexe et divers, les négociants en vins héraultais offrent un sujet d'étude particulièrement propice à l'analyse multiscalaire sur le temps long.

Alors que les ravages de la crise phylloxérique s'estompent au début du siècle, le marché des vins est bouleversé par les mutations rapides et nombreuses qu'il vient de subir. Intermédiaire primordial entre la production et la consommation, le négociant en vins connaît lui aussi de nombreuses mutations dans ses pratiques et dans son inscription au sein de réseaux commerciaux rayonnant principalement sur l'ensemble du territoire national. Soumis à des forces extérieures qui le contraignent à la dépendance à partir des années 1920-1930, il perd peu à peu une partie de ses fonctions commerciales pour devenir un simple rouage de distribution dans les années 1950-1960. Il n'a alors plus les ressources ni les capacités pour orienter le marché comme il le faisait dans le premier tiers du XXe siècle.

Cette perte d'influence est d'autant plus marquée que, jusqu'aux années 1940, les négociants héraultais se positionnaient comme une élite socio-professionnelle méridionale bien identifiée, en partie grâce à leur implication dans un mouvement patronal efficace, dans la société héraultaise et dans de nombreux organismes et institutions. Ces réseaux qu'ils dominent ou cherchent à dominer leur permettent d'assurer le bon fonctionnement de l'économie viticole régionale et départementale à leur profit.

Mais un ensemble de facteurs leur est préjudiciable : les trop fortes concurrences intérieures et extérieures ; les dérives qui entachent la réputation des négociants et des produits méridionaux sur le marché ; les échecs commerciaux sur les marchés internationaux ; l'incapacité à modifier certaines des pratiques dépassées.

Tels sont les mécanismes et les raisons que ce travail, articulé autour du dépouillement d'archives originales et inédites, interroge, expliquant l'effacement progressif de la profession du paysage et de la société viticoles héraultais.

Figure incontournable de la viticulture méridionale et nationale, le négociant en vins héraultais suit la trajectoire de la filière et, au rythme des épreuves, subit des évolutions qui traduisent son apogée puis son déclin.

Mots-clés : négoce, vin, Hérault, Languedoc, réseaux, commerce, domination, modernisation, déclin, fraudes, syndicats, groupe de pression

Summary

Amidst the complex and diverse wine-producing world of Languedoc, wine wholesalers provide a subject of study particularly convenient to the multiscalar analysis at the long term.

While the effects of the phylloxeric crisis are fading away, the market is upset by the fast and numerous transformations which it has just undergone. Essential middle-man between the production and the consumption, the wholesaler experiences as well numerous developments in its practices and in its positioning within retailing networks, shining mainly on the whole national territory. Submitted to outside agents who force him to the dependence from the years 1920-1930, he loses little by little a part of his sales functions, to become a simple cog of distribution in the years 1950-1960. He has then no more the resources nor the capacities to direct the market as he did in the first third of the XXth century.

This loss of influence is marked all the more so as, until 1940s, the wholesalers are a Southern social and professional elite well identified thanks to their implication in an effective corporatist movement, in the southern society and in numerous bodies and institutions from where they assure the running of the regional and departmental wine-making economy.

But the too strong internal and outside competitions, the abuses which ruin the reputation of the traders and the Southern products on the wine market, as well as the failures of the merchants to export their products or to modify some of their practices are harmful to a profession which fades little by little from the wine and social landscapes of Hérault.

Major character of the Southern and national wine economy and market, the wine wholesaler from Hérault follows the trajectory of the wine sector and, at the rate of the events, undergoes evolutions which underline his decline.

Keywords: Wine wholesale, Languedoc, networks, trading, domination, modernization, decline, frauds, syndicalism, pressure group