

Territoires du vin

ISSN : 1760-5296

: Université de Bourgogne

2 | 2009

Privé et public ou l'enchevêtrement des pouvoirs dans le vignoble

Une épopée du vin : pour une histoire de la consommation du vin en Russie, puis en URSS

Article publié le 01 septembre 2009.

François-Xavier Nérard

🔗 <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1435>

Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

François-Xavier Nérard, « Une épopée du vin : pour une histoire de la consommation du vin en Russie, puis en URSS », *Territoires du vin* [], 2 | 2009, publié le 01 septembre 2009 et consulté le 25 novembre 2024. Droits d'auteur : [Licence CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1435>

La revue *Territoires du vin* autorise et encourage le dépôt de ce pdf dans des archives ouvertes.

PREO

PREO est une plateforme de diffusion [voie diamant](#).

Une épopée du vin : pour une histoire de la consommation du vin en Russie, puis en URSS

Territoires du vin

Article publié le 01 septembre 2009.

2 | 2009

Privé et public ou l'enchevêtrement des pouvoirs dans le vignoble

François-Xavier Nérard

🔗 <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1435>

Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Les origines du vin en Russie
La diffusion d'une pratique
Prohibition et révolution
La révolution conservatrice stalinienne
Diffusion et banalisation

- 1 Lorsque l'on souhaite mettre en scène le contraste de l'Ancien Monde (celui d'avant la révolution de 1917) et le nouveau (celui des prolétaires au pouvoir), Mikhaïl Boulgakov, dans *Coeur de chien*, imagine deux personnages. Le premier, le professeur Préobrajenski ne conçoit un bon repas qu'arrosé de bon vin, importé de France (« Le Saint-Julien est un bon vin... mais hélas, on n'en trouve plus ! »). L'autre, Charikov un prolétaire fruit des manipulations génétiques du médecin, méprise ouvertement cette boisson qualifiée d'aristocrate et n'a d'appétence que pour la vodka. L'association du vin avec une pratique de la distinction et avec l'étranger est au cœur de l'étude de consommation du vin. Pourquoi en effet étudier la consommation de vin en Russie puis en URSS, dans un pays où elle n'est favorisée ni par la culture, ni par la géographie ? Le vin n'est certes pas au cœur des pratiques russe et soviétique. La Russie est plus la patrie de la bière, du kvas ou de la vodka... Il peut donc sembler paradoxal de s'intéresser à un sujet

marginal. Pourtant, ce sont justement des marges que cet article prétend étudier. Des marges géographiques d'abord : où le vin est-il produit en Russie puis en URSS ? D'où est-il importé ? Comment les zones de production influencent-elles la consommation de vin ? Le vin parvient-il en fait à sortir des marges où ses origines géographiques le cantonnent ? Mais ces marges sont aussi celles de la société. Même au plus fort de la production industrielle soviétique, le vin reste un produit cantonné à des pratiques spécifiques de la consommation : qui consomme du vin ? Quand et comment ? Ces marges, nous en faisons le pari, nous en apprendrons ainsi beaucoup sur les rapports que la société russe entretient avec ses élites et avec l'étranger, mais aussi avec la notion de « bon goût ». Et si le vin était une clé d'entrée passionnante pour étudier cette société si complexe...

Les origines du vin en Russie

- 2 Quelle est l'origine du vin en Russie ? La question est aussi simple que la réponse est compliquée. On la situe généralement aux alentours du Xe siècle¹. On ne dispose pour autant que de peu de sources confirmant cette information. La première source écrite mentionnant l'apparition du vin remonte au XIIe siècle (vers 1112), soit quelque 200 ans plus tard. Il s'agit de l'un des premiers textes fondateurs de la Russie kiévienne, la *Chronique des temps passés*, plus connue sous le nom de *Chronique de Nestor*. Dans ce récit des origines de la Russie, le vin est mentionné à deux reprises : la première fois à l'occasion de la deuxième attaque russe sur Constantinople (Tsargrad dans les sources russes). Nous sommes en 907, le prince Oleg ramène alors à Kiev « de l'or, de la soie, des fruits, du vin et toutes sortes d'étoffes². »
- 3 Byzance est en effet très probablement à l'origine de l'arrivée du vin en Russie. C'est de l'Empire que vont venir les premières amphores de ce que l'on qualifie d'ailleurs souvent de vin « syrien. » C'est également de Byzance que vient l'habitude de boire le vin coupé d'eau, comme on le boira pendant longtemps en Russie. Le même texte évoque le goût des princes russes, quelques années plus tard, pour la boisson. L'allusion se trouve dans un long passage consacré à décrire la conversion, en 987, du Grand-Prince Vladimir de Kiev au christianisme de rite byzantin.

- 4 La *Chronique* met en scène le choix rationnel de Vladimir. Des ambassadeurs des différentes fois viennent proposer à Vladimir de se convertir : chrétiens, juifs et musulmans se succèdent ainsi auprès de lui pour vanter les mérites de leur culte. Le prince écoute attentivement les uns et les autres et pèse le pour et le contre. Le texte est particulièrement critique pour les musulmans venus de Bulgarie en 986 :
- 5 « Nous croyons en Dieu, et Mahomet nous apprend à circoncire les membres honteux, à ne point manger de porc, à ne point boire de vin et à faire débauche après la mort avec des femmes. Mahomet nous donne à chaque homme soixante-dix belles femmes : il en choisit une belle ; il rassemble sur elle la beauté de toutes les autres et elle devient sa femme. Et là on peut se livrer à toute espèce de débauche. Celui qui est pauvre en ce monde le sera dans l'autre. » Et une foule de mensonges pareils que la honte m'empêche de reproduire.
- 6 Vladimir les écouta, car il aimait les femmes et la débauche ; il les écouta avec plaisir ; seulement ce qui lui déplaisait, c'était la circoncision et l'abstinence de porc et de vin. Il répondit : « Boire est une joie pour les Russes et nous ne pouvons vivre sans boire.³ ! »
- 7 Pourtant lorsque Vladimir prononce cette phrase, bien évidemment apocryphe, ce n'est très certainement ni au vin ni, encore moins, à la vodka qu'il pense ! On boit alors principalement en Russie, comme dans d'autres civilisations européennes (germains, scandinaves), des boissons à base de miel. Ces breuvages miellés fermentés étaient assez variés. Ils contiennent parfois des jus de baies et pouvaient être conservés de 10 à 35 ans ! Pour la consommation courante, les Russes consomment de plus en plus de kvas, autre boisson fermentée, plus ou moins alcoolisée⁴, à base de seigle. Le kvas ressemble alors à une bière plus épaisse et plus alcoolisée que celle que nous connaissons. On trouve également quelques autres boissons comme la bière au jus de bouleau fermenté (*siker*).
- 8 Au XIIIe-XVe siècles, du fait du déplacement de la capitale vers Vladimir, puis vers Moscou et des raids tataro-mongols, le commerce avec l'Empire byzantin diminue sensiblement. Le vin disparaît alors quasiment. Sa consommation est alors essentiellement limitée aux besoins rituels. C'est d'ailleurs par l'intermédiaire de la religion que le mot *vino* apparaît en russe, probablement à l'occasion de la traduction des

évangiles au IXe siècle⁵. Il faut donc de ce récit des origines retenir quelques idées simples : un mot et une pratique importés, une consommation largement limitée à des pratiques culturelles, même si on peut en boire dans les repas de la cour (Andrej Bogoljubskij, grand prince de Vladimir, aurait eu une véritable cave à vin. C'est d'ailleurs dans cette cave que ses assassins se préparent en 1174 en s'enivrant pour se donner du courage⁶).

- 9 Le mot connaît pourtant une véritable expansion sans commune mesure avec la pratique de la consommation du vin de raisin. À compter du XIVe et ce, jusqu'au XVIIIe siècle, voire même jusqu'au XIXe, le mot désigne une réalité bien floue puisqu'il est nécessaire d'accoler un déterminant au substantif pour savoir de quoi il s'agit. C'est d'ailleurs le problème de l'historien qui, confronté au mot ne peut rien déduire, sans l'aide du contexte, ou d'autres précisions extérieures. Le vin peut ainsi être de raisin, mais il est plus généralement de « blé » et désigne alors ce que plus tard (le mot est plus tardif et ne rentre véritablement dans l'usage courant qu'à partir de la seconde moitié du XIXe siècle) on appellera la vodka. L'eau-de-vie a, en effet, fait son apparition sur le territoire russe depuis le XIVe siècle. Ce sont probablement des marchands génois qui l'ont amené dans leur comptoir de la Mer Noire, Kaffa. Entre cette date, et la première moitié du XVIIIe, il est donc très difficile de distinguer les boissons. Pour l'essentiel, les sources qui décrivent les boissons jusqu'au début du XXe siècle parlent de vodka lorsqu'elles disent le « vin ». Cette ambiguïté linguistique rend malaisée l'étude de la consommation du vin. Elle rend aussi, et c'est peut-être plus fondamental, extrêmement difficile « l'appréhension » du vin dans un pays qui ne le connaît que peu et qui ne le dit que trop.

La diffusion d'une pratique

- 10 Les deux grandes portes d'entrée des vins sont essentiellement la Mer Noire et le commerce hanséatique. Mais après la chute de Constantinople en 1453 et en 1475, celle de Kaffa, l'importation des vins en Russie passe essentiellement par les voies septentrionales. L'un des centres du commerce du vin en Russie médiévale était ainsi la République de Novgorod, qui achetait du vin en Europe occidentale et qui le réexportait en partie vers la Moscovie. Les historiens russes

du XIXe (Karamzine en particulier⁷) mentionnent ça et là la présence de vin sur les grandes foires de la Russie médiévale (en particulier celles de Kholopij et de Mologa, sous Ivan III, mais aussi les grandes foires de Makarev, ancêtres de celles de Nižnij-Novgorod).

- 11 Le flou est encore de rigueur aussi bien dans les sources que, probablement dans les pratiques : les vins occidentaux sont en effet désignés sous le vocable global de *frjažskie*, signifiant tantôt français tantôt étrangers. Il faut cependant noter que le vocabulaire gagne en richesse avec l'apparition de nouveaux d'adjectifs qualificatifs. Outre le vin *hleбноe* (le vin de blé) précédemment mentionné, on note le vin « rouge », le « blanc » et le vin « de messe » (*služebnoe*). C'est aussi au cours du XVIe siècle que l'on commence à distinguer les vins « vieillis » (*vetkhoe*) des vins « jeunes » qui sont définis comme n'étant pas coupés par l'eau (*nerastvorennoe*). On trouve également quelques mentions d'origine de plus en plus précises au cours du XVIIe : le malvoisie, le vin de Chypre, mais aussi Xerès, Marsala, Malaga ou Madère.
- 12 Le vin de raisin, puisqu'il faut préciser, connaît un véritable boom spéculatif avec la décision du concile de l'Église orthodoxe de 1551 (il s'agit de l'instance suprême de l'Église orthodoxe) de n'autoriser pour la liturgie que l'utilisation des vins « étrangers », *frjažskie*, donc. Dès lors, les monastères achètent en masse le précieux liquide provoquant une hausse des cours. Si l'essentiel de la consommation reste cultuel, il faut cependant noter que l'on retrouve encore le vin sur les tables des grands nobles russes et sur celle des Ambassades (il est en bonne place parmi les cadeaux faits aux tsars). Une administration spécifique au sein de la Cour est chargée de l'alimentation (*sytnyj dvor*) : elle achète également beaucoup de vin⁸. Karamzine rapporte que
- 13 « En 1599, on fournissait du Palais, pour la table de l'ambassadeur d'Autriche, sept pintes de romanée, autant de vin du Rhin, de muscat, de vin blanc de France, de vin de Canarie, d'Alicante et de Malvoisie : douze cruches du meilleur hydromel de cerise et d'autres de la première qualité ; cinq seaux d'hydromel de groseille, de genièvre, de fleurs de cerisiers à grappes, etc. [...]»⁹
- 14 À partir de 1731, il devient obligatoire, pour des raisons fiscales, de préciser, dans les actes commerciaux, qu'il s'agit de vins de raisin et le

mot de vodka se fait de plus en plus courant. C'est à cette date que selon V. Pokhlebkin, on arrive à précisément distinguer la vodka du vin jusque-là désignés par le même mot. C'est également à la même époque que les vins français prennent une importance de plus en plus grande sur le marché russe. Les négociants français reviennent par le port de Feodosia en Crimée et entament une ascension fulgurante, malgré l'impact des différentes guerres. Au début du XIXe siècle, les vins français dominant, voire monopolisent le marché russe où les importations de vin entre 1824 et 1828, se montent en moyenne à entre 8 et 12 millions de roubles¹⁰. L'un des spécialistes du vin à cette époque, Petr' Keppen, explique cette primauté par le fait que les vins russes seraient « trop peu chers », les espagnols et portugais « trop forts », les italiens « trop peu nombreux », les hongrois « trop chers »¹¹.

- 15 La première moitié du XIXe est ainsi le moment faste de la présence des vins français en Russie. On trouve le reflet de cette présence dans la littérature russe. Le poète Pouchkine est ainsi un amateur déclaré des vins français : on rencontre dans ses poèmes le château Laffitte et à de nombreuses reprises, le champagne. Plusieurs des vers d'*Eugène Onéguine* évoquent ainsi les vins français.

Au début ces conspirations
Entre Laffitte et Clicquot
N'étaient que des disputes amicales¹².

- 16 Ou cette allusion au champagne

Le bouchon saute avec fracas.
Le vin se sent libre, il écume,
Il pétille. Depuis longtemps
Impatient de se faire entendre
Triquet se lève gravement¹³.

- 17 Le champagne français joue en effet un rôle important dans les pratiques culturelles de Pétersbourg dans cette première moitié du XIXe siècle. Il est toujours importé sur des navires neutres malgré le blocus déclaré par l'Angleterre et les interdictions d'importation françaises en vigueur en Russie. Il connaît même un certain renouveau avec l'occupation russe de la France et en particulier celle de Reims en 1813 et

la livraison par la maison Clicquot en 1814 de champagne du célèbre millésime 1811, année de la comète¹⁴. Le surnom de « vin de la comète » reste au champagne :

La nuit vient ; il monte en traîneau.
Un cri résonne : hue ! Au trot !
Une poudre de givre argente
Le poil de castor de son col.
Il va chez Talon, il est sûr
Que Kavérine l'y attend.
Il entre, et sautent les bouchons !
Coule le vin de la comète¹⁵ !

- 18 Ces pratiques concernent cependant essentiellement la haute aristocratie. Pour s'en convaincre, on peut consulter les inventaires¹⁶ des caves du Palais du Tsar en 1849 : on y trouve notamment beaucoup de Bordeaux (Chateau-Lafitte, Médoc), du Madère et, en 4^e position, 2054 bouteilles de champagne. Plus tard, Alexandre II restera fidèle à ce goût impérial pour le vin français : la maison Roederer crée pour lui en 1876 la cuvée Cristal.
- 19 Cette domination française va cependant s'éroder au cours du siècle (même si elle se maintient dans les milieux de la haute aristocratie) tout en s'accompagnant d'un relatif mouvement de diffusion de la consommation de vin dans la société russe.
- 20 Cette tendance est particulièrement nette sous le règne d'Alexandre III (1881-1894). On pourrait même parler d'un phénomène de « nationalisme viticole » qui accompagne et encourage le développement des vignobles russes. On sert alors de préférence des vins russes à la cour. On considère généralement que l'apparition de la viticulture en Russie remonte à l'annexion de la Crimée (fin XVIII^e-début XIX^e). On trouve cependant quelques traces antérieures d'une présence résiduelle de la vigne dans l'Empire. C'est principalement dans la région d'Astrakhan que se développe un embryon de viticulture¹⁷, à partir de pieds de vigne importés par des marchands perses (la production est alors essentiellement limitée à du vin de messe¹⁸). Les conditions ne sont jamais cependant véritablement réunies pour un décollage d'une production qui reste peu rentable. Le vin de messe semble avoir été principalement importé de France (Cahors) et d'Espagne (Benicarlo)

pour compléter la production locale. Ces deux appellations sont d'ailleurs restées au vin de messe produit en Russie qui, à la fin du XIXe siècle, devient de plus en plus sucré et épais à l'image des vins produits à Gursuf en Crimée. Aujourd'hui encore, et cela peut rajouter à la confusion, le *Kagor* (le même nom en Russe que la ville française) en Russie est à la fois un vin de dessert, doux, et un vin de messe.

21 La principale zone de production reste le Caucase : ses vins sont connus depuis les guerres du XIXe. Les officiers sur place ont pu les boire et les goûter : c'est ainsi que s'est faite la réputation des vins de Kakhétie, vantés eux aussi par Pouchkine. Ils ne semblent pourtant guère atteindre le marché central, où le vin reste associé à une pratique d'élite. La production caucasienne reste locale : avant la Révolution, un peu moins de 50 % de la production est commercialisée. Pendant le dernier quart du XIXe siècle, après la guerre de Crimée, c'est autour de la mer Noire que se développe une production de qualité. Lev Sergeevitch Golitsyn achète en 1878 vers Soudak, une propriété baptisée « *Novyj Svet* » (Nouveau Monde). Il y plante une pépinière, construit des caves de trois kilomètres de long. Il se met à produire des « vins de champagne » à la bouteille (*Paradiz, Novyj Svet*). En 1912, Golitsyn offre l'essentiel de sa propriété au souverain. C'est également pendant la deuxième moitié du XIXe siècle que se développe la production dans le sud de la Crimée autour de Massandra. Sur ce domaine de la Couronne, Golytsine produit des vins à partir de cépages importés (le *furmint* par exemple). Il fait creuser à 50 m de profondeur 7 tunnels de 150 m chacun, dotés d'un efficace système de ventilation et destinés à accueillir les fûts. D'autres galeries destinées à recevoir les bouteilles sont également creusées. Ce même Golytsin, véritable père fondateur de la viticulture russe, est également à l'origine de la création à *Abrau-Djurso*, près de *Novorossiisk*, des vignes du souverain, qui produisent du « champagne » à partir de 1896, il en est également le premier oenologue. Certains des vins produits, et en particulier les « *shampanskye*¹⁹ » aspirent à devenir un produit d'élite et obtiennent même, en 1900, un Grand prix lors de l'exposition universelle à Paris. Le rapport du jury²⁰ reste cependant plus que mesuré sur la qualité des vins russes :

22 « Les Apanages impériaux vendent un vin mousseux d'*Abrau-Dursau* (et non pas un champagne) qui, certes, ne peut pas avoir la prétention

de lutter avec les bonnes marques champenoises ; mais, de l'avis même de plusieurs experts, il peut faire une concurrence sérieuse aux vins préparés à Varsovie et à Saint-Pétersbourg, et présentés au public russe comme champagne véritable, importé en fûts.

- 23 De ce qui précède, on peut conclure que pendant longtemps, les vignobles du gouvernement de la mer Noire ne produiront tout au plus que de bons ordinaires ; qu'en changeant de méthodes, on pourra arriver à produire des vins de bonne qualité moyenne, mais que, quoi qu'on fasse, on n'y récoltera pas des types pouvant lutter avec nos grands vins²¹. »
- 24 La période qui va jusqu'à la Première Guerre mondiale est donc marquée par une hausse importante de la production viticole russe. La production de vin en Russie en 1914 se monte à environ 3 millions d'hectolitres. Sur cette production, un tiers seulement est consommé hors des zones de production (1 million d'hectolitres). Les surfaces de vignes restent néanmoins modestes à l'échelle du pays 217 000 hectares pour les territoires de l'URSS de 1922 (au niveau de la Hongrie) (50 300 pour la Géorgie, 11 400 pour l'Arménie, 28 400 pour l'Azerbaïdjan, 10 100 pour le Daghestan, 32 600 pour le Caucase septentrional, 9 400 pour la Crimée, 31 200 pour l'Ukraine, 11 000 pour la Moldavie, 32 600 en Asie centrale, 500 ha vers Astrakhan²².) Les régions de production sont donc concentrées : à l'ouest d'Odessa, en Géorgie-Arménie, en Asie centrale où la production est cependant essentiellement destinée à être consommée sous forme de fruits, la région de Krasnodar (Kuban) et celle de Rostov-sur-le-Don.
- 25 Cette période de développement de la viticulture russe s'accompagne d'une relative démocratisation des pratiques. On constate ainsi le développement du commerce du vin au détail qui prend alors une ampleur sans précédent. C'est l'époque de l'apparition des grands noms de négociants comme la maison Elisseev qui, à compter de 1862, creuse des caves pour ses magasins de Saint-Pétersbourg²³ ou la maison Hristoforov qui commercialise à partir de 1853 les vins de Crimée. Les producteurs russes participent aux grandes foires internationales, où ils reçoivent un certain nombre de récompenses²⁴. On note aussi le développement d'une littérature spécialisée destinée à l'amateur éclairé et à le guider dans son choix²⁵ est un symbole évident de cette démocratisation : apparaissent des « manuels » de

consommation du vin, comme celui de V. Vir, qui décrivent par exemple la température de dégustation et ont la prétention d'affiner le goût de leurs lecteurs. Cette tendance s'accompagne cependant d'une multiplication de la contrefaçon. Si le phénomène n'est pas neuf dans son existence, il l'est dans son ampleur. Les problèmes de ce type se multiplient tout au long du XIXe siècle. On peut penser aux échanges de la pièce d'Alexandre Ostrovski, *La fille sans dot*, où l'on moque «les vins étrangers produits à Iaroslavl²⁶»...

Prohibition et révolution

- 26 À la veille de la Révolution, le vin reste pourtant fortement associé à la richesse et l'aristocratie. Le pillage des caves du palais d'hiver tel qu'il est mis en images par S. M. Eisenstein dans *Octobre* en 1927 le rappelle. Les caves à vin, d'abord lieu de combat, deviennent rapidement lieu de pillage, symbole de la richesse. Face à l'assaut des caves (qu'Eisenstein euphémise largement : dans le film, les pilleurs ne sont que de vieilles grands-mères), les soldats sont contraints de détruire les caves, c'est en tout cas la version officielle. La réalité est plus complexe. Eisenstein produit un raccourci historique puisque le pillage a lieu le 23 novembre soit un mois après la révolution. On note également une multiplication de ces pillages-destructions tout au long du mois de décembre 1917. La réaction du soviét de Petrograd est ferme : « Ne touchez pas au vin, c'est un poison pour notre liberté²⁷ ! » Il prévoit des sanctions qui peuvent aller jusqu'à la confiscation totale des biens.
- 27 « Nous ne laisserons pas, camarades ouvriers et soldats, salir notre honneur révolutionnaire et détruire notre fraternité révolutionnaire par des désordres et des émeutes de vin. Nous ne céderons pas à la nouvelle provocation des contre-révolutionnaires qui essaient de noyer dans le vin et dans le sang les victoires de la Révolution d'Octobre. Nous donnerons un coup d'arrêt inflexible aux hordes de contre-révolutionnaires²⁸. »
- 28 Bien entendu, la plupart des entrepôts attaqués sont des entrepôts de vodka et le mot vin dans cette proclamation reste le synonyme de vodka que nous avons démontré. Reste que dans cette vague de désordre, le vin est le symbole de l'aristocratie défaite.

- 29 Cette soif d'alcool doit aussi beaucoup à la prohibition décidée par Nicolas II au début de la Première Guerre mondiale. Le 19 juillet 1914, le commerce de l'alcool est en effet interdit sur tout le territoire de l'empire. Même si l'objectif premier de la mesure reste la vodka (le vin de messe n'est par exemple pas concerné), la viticulture russe est durablement touchée. La révolution et la guerre civile vont définitivement déstructurer le commerce du vin en Russie. Les opérations militaires touchent en effet l'essentiel des zones de production de vin. Surtout, la mobilisation des hommes laisse les vignes sans main-d'oeuvre et surtout sans entretien. En conséquence, le vignoble russe ne représente plus en 1922 que les 2/3 du vignoble de 1914. Le vignoble ukrainien est lui passé de 31 000 à 7 000 hectares !
- 30 La fin de l'interdiction de la vente de vin en août 1921, première étape de la levée progressive de la prohibition de la vente d'alcool (ouvertement motivée par des raisons fiscales), permet un lent redémarrage de la viticulture. La structure des exploitations est cependant nettement modifiée : les grandes exploitations symboliques (comme Abrau Diurso) sont transformées en sovkhozes et donc nationalisées. La production reprend, mais essentiellement sur la base d'une consommation locale. Elle reste très faible : entre 1924 et 1926, les 350 à 400 000 hectolitres de vin commercialisés le sont à plus de 90 % dans les zones de production. En 1927, pour favoriser la reprise du commerce et de la vente, le droit d'accise est supprimé. Mais les vins restent chers²⁹.

La révolution conservatrice stalinienne

- 31 Le véritable basculement dans le domaine de la consommation de vin a lieu lors de ce que l'on a appelé la « révolution conservatrice stalinienne ». Le milieu des années trente marque en effet ce que N. Timasheff, dans un livre resté célèbre, a appelé la « Grande retraite³⁰»... Les valeurs traditionnelles et conservatrices semblent revenir au centre de la politique bolchevique : interdiction de l'avortement, durcissement des conditions du divorce, autorisation de célébrer le Nouvel An (avec vente de sapins et de décorations de « Noël »). C'est dans ce contexte que pendant l'été 1936, la filière viticole est transférée du commissariat du peuple (ministère) à l'agriculture au

commissariat du peuple à l'industrie alimentaire, dirigé par Anastase Mikoïan. L'idée de Staline et Mikoïan est de mettre l'accent sur le « bien-être » de la population durement éprouvée par les premiers plans quinquennaux. À cette occasion, plusieurs grands magasins d'alimentation (les « gastronomes ») sont alors ouverts : c'est le cas, en particulier, des anciens magasins Elisseev rouverts à Moscou et à Leningrad.

- 32 En ce même été 1936, Mikoïan part pour un grand voyage « d'études » aux États-Unis d'où il rapportera plusieurs produits qui feront les beaux jours de l'industrie agroalimentaire soviétique (les glaces, le ketchup, le jus de tomate...), mais ce voyage concerne aussi le vin. En route vers New York, sur le Normandie, Mikoïan raconte comment il décide de s'initier aux bons vins français³¹. Confronté à une carte de 40 appellations, il est perdu et fait venir le sommelier (il n'est pas intéressant de noter que Mikoïan éprouve le besoin d'expliquer aux lecteurs de ses mémoires³², ce qu'est un sommelier). Il demande donc à ce qu'on lui serve chaque jour un bon vin différent de façon à ce qu'il puisse en goûter le plus possible. Gardant un oeil sur la carte, il s'aperçoit qu'on ne lui sert pas les vins les plus chers. Il s'en étonne puisqu'il avait demandé à ce qu'on lui serve les meilleurs vins. Le sommelier, en souriant, lui confirme lui avoir servi les meilleurs vins. Les plus chers étant destinés aux Américains, censés n'y comprendre goutte et avoir trop longtemps été frustrés par la prohibition ! Cette anecdote en dit long sur le regard du dirigeant soviétique sur les vins !
- 33 Sur le chemin du retour, il croise en France le professeur Frolov-Bragreev l'homme fort de la politique viticole soviétique. Celui-ci avait repris en main le sovkhoze d'Abrau Diurso, où l'on continue de produire du « *shampanskoe* » selon les méthodes traditionnelles. Mais les choses avaient changé pendant cette année 1936. La production de vin était subitement devenue une priorité du gouvernement soviétique : elle devait s'organiser autour du souhait proclamé par Staline de rendre le « champagne » accessible à tout ouvrier de talent soviétique. Le dialogue est rapporté par Mikoïan, lui-même³³ :
- 34 « Le camarade Staline a remarqué que les stakhanovistes gagnaient désormais beaucoup d'argent, tout comme les ingénieurs et de nombreux autres travailleurs. Et s'ils voulaient acheter du champagne³⁴,

pourraient-ils le faire ? Le champagne est le signe extérieur du bien-être matériel, le signe de l'aisance. »

- 35 Les désirs du secrétaire général du parti sont des ordres : une résolution du Comité central du 28 juillet 1936 « sur la production du champagne soviétique, des vins de dessert et des vins de table », signée par Staline, prévoit l'organisation de trois « trusts » viticoles (filiales industrielles) sur une base géographique : Région de la mer Noire-mer d'Azov, Géorgie et Crimée. Les objectifs fixés sont significatifs et prévoient, pour le « champagne », de passer de 100 000 à 300 000 bouteilles par an en 1936 à 4 millions en 1939 puis à 12 millions en 1942 ³⁵.
- 36 C'est pour cette raison que Frolov-Bagreev est envoyé en Europe occidentale (France, Italie, Allemagne) pour étudier les méthodes de production. Il est d'abord confronté à un gros problème de cadres : la filière avait été complètement négligée, il y avait peu de nouveaux spécialistes formés depuis la révolution, les anciens s'étaient réorientés. Frolov-Bagreev était pourtant l'un d'entre eux. Pour répondre à l'injonction stalinienne, il préconise une modernisation radicale du processus de fabrication en renonçant à la méthode traditionnelle. L'idée est de produire en grande quantité et rapidement (durée de fabrication réduite à 25 jours) grâce à une fermentation en cuve (des acrotofores), donc une adaptation de la méthode Charmat. C'est le choix qui est fait avec l'achat à une entreprise française Chaussept. Le « champagne soviétique », une sorte de vin mousseux très doux, va durablement marquer le goût soviétique ³⁶. Disponible pour tous et partout, il devient le symbole obligatoire de la fête jusqu'à aujourd'hui. Il garde ce statut et son prestige, malgré un prix plus que raisonnable.
- 37 Cette révolution viticole se fonde sur deux logiques liées, mais qu'il importe de différencier. D'abord, l'accent mis sur la production et la diffusion du *shampanskoe* évoque le lien que Staline souhaite faire avec une vie, selon sa formule, « qui est devenue plus gaie, qui est devenue meilleure » (la formule est prononcée le 17 novembre 1935 par Staline lors d'un congrès de stakhanovistes) : il s'agit de célébrer l'abolition au 1^{er} janvier 1935 du système de rationnement en vigueur pour le pain, la farine et les semoules. C'est dans cette même logique, donner à voir une nouvelle vie d'abondance, que le symbole de la fête bourgeoise est choisi et mis en avant. À la même époque, on peut également trouver du caviar noir accessible dans les gastronomes

nouvellement ouverts³⁷. C'est bien l'idée d'une « belle vie » où les produits qui, avant la révolution, n'étaient accessibles qu'à un petit nombre, le sont désormais au plus grand nombre que les dirigeants bolcheviques essaient de mettre en scène.



- 38 La deuxième logique qui sous-tend cette nouvelle politique est celle de la *kul'turnost*. C'est peut-être le concept de « civilisation des mœurs » de Norbert Elias qui rend le mieux ce terme très difficile à traduire. C'est en effet un fil rouge de la politique bolchevique que de tenter de parfaire la « civilisation » de sa population, d'y développer le « bon ton », le « bon comportement ». Le vin, dans cette logique, s'oppose alors à la vodka.
- 39 « Pour ce qui concerne la consommation de boissons, il faut également passer de goûts grossiers et primitifs à des choses plus fines, de la vodka au vin de raisin et son bouquet si riche de goûts et d'arômes³⁸. »

- 40 Le discours s'accompagne également d'une dimension de santé publique : « Le vin étanche la soif mieux que l'eau qui n'est pas toujours irréprochable dans sa composition et dans sa propreté », peut-on lire en 1939 dans ce qui est appelé à devenir le best-seller des livres de cuisine russe, le *Livre d'une cuisine saine et bonne*³⁹. Le tout est complété par une touche de nationalisme, bien présent dans ce second stalinisme :
- 41 « La bourgeoisie et les propriétaires faisaient venir pour leur propre consommation des vins de l'étranger, en faisant étalage de leurs goûts fins et recherchés et de leur prédilection pour les vins français et le champagne, pour les vieux cognacs étrangers. Nous voulons désormais éduquer le goût de tout notre peuple pour les excellents vins soviétiques, pour le délicieux champagne soviétique, pour les extraordinaires cognacs soviétiques⁴⁰. »
- 42 Malgré tous ces efforts, la consommation de vin reste quelque chose d'exceptionnel pour les Soviétiques, même pour ceux qui en encouragent la consommation. Il suffit de noter ces étranges conseils de dégustation qui sont donnés aux ménagères soviétiques en 1939 dans la bible culinaire déjà évoquée.
- 43 « Le vin blanc se sert avec des plats de poisson, des légumes, des épinards, des huîtres, des écrevisses ; le rouge avec des viandes. Il est recommandé de servir les vins rouges après avoir réchauffé la bouteille dans de l'eau chaude, les vins blancs seront servis froids⁴¹. »

Diffusion et banalisation

- 44 Après la Seconde Guerre mondiale, la viticulture et la consommation de vin se développent à nouveau. Dans la seconde édition du *Livre d'une cuisine saine et bonne*, les conseils se font plus précis et surtout la diversité de la production viticole devient évidente, même si elle reste basée sur une production industrielle, les vins étant désignés par des numéros.
- 45 L'URSS se lance alors dans une production où le quantitatif l'emporte progressivement sur le qualitatif. Ce qui fait que, hors le *shampanskoe*, le vin se banalise et perd son intérêt. La production de vin devient impressionnante et passe de 2 millions d'hectolitres en 1940 à 14

millions en 1965⁴² et à 24 en 1969. (dans le même temps, la bière passe de 12 millions à 32)

- 46 Produit peu coûteux, omniprésent sur les étals des magasins (faute d'acquéreurs ?), pas assez « fort », le vin se banalise et se marginalise. Pour l'immense majorité des Soviétiques, il reste un produit associé aux périphéries de l'Union, soit à l'étranger (dans le système du COMECON, la Hongrie, la Bulgarie ou la Roumanie fournissent du vin aux Soviétiques, c'est le cas aussi de l'Algérie), soit aux Sud (essentiellement le Caucase, notamment la Géorgie). Le vin reste ainsi une boisson « exotique », que la culture majoritaire peine à s'approprier. Son faible degré d'alcool fait d'ailleurs qu'il est le plus souvent réservé aux femmes lors des repas (on privilégie alors les vins doux). L'apparition enfin de vins mutés, plus alcoolisés, dont le seul intérêt est d'être moins cher que la vodka achève de ternir l'image d'un produit qui n'est plus désormais prestigieux. C'est en particulier le cas du Solncedar, un vin produit en Crimée près de Gelendjik, que les jeunes de la génération Brejnev surnommaient l'Encre, l'Extincteur, le Tueur de punaises ou de cafards ou la peinture pour les barrières⁴³ tout en le consommant régulièrement !
- 47 La campagne antialcoolique de 1985 va détruire une nouvelle fois⁴⁴ l'industrie viticole russe et soviétique qui en sortira laminée. Cette campagne vaudra au secrétaire général du PCUS, M. Gorbatchev, son surnom de Secrétaire minéral (Mineralny Sekretar). À la différence de beaucoup des campagnes soviétiques, celle-ci n'est pas qu'un feu de paille, puisqu'elle se poursuit jusqu'en 1988⁴⁵. Elle touche bien sûr essentiellement la consommation de vodka. Pourtant, même si les instructions officielles n'étaient pas claires, la tendance sur les lieux de production fut à l'arrachage des vignes (la surface plantée fut ainsi réduite de plusieurs fois) et à la restructuration des usines de production. Cela n'alla d'ailleurs pas sans drames : confronté aux bulldozers dans ses vignes, Pavel Golodriga, un spécialiste sélectionneur de premier plan de la région de Krasnodar, se suicida. La consommation de vin chuta encore, à l'exception peut-être du « *shampanskoe* ». Les surfaces des vignes sont divisées par près de 2,5 (200 000 ha avant 85 - 72 000 après), la consommation passe de 14 litres par an et par habitant en 1985 à 3 litres en 1993. C'est dire l'état du marché du vin à la chute de l'URSS, largement dominé par les vins de très mauvaise qua-

lité. La Fédération de Russie se retrouve sans les principales zones de production de l'URSS, qui sont en outre largement déstabilisées.

- 48 Le nouveau marché du vin dont il faut dire deux mots en conclusion s'est donc construit en Russie sur ces ruines. La relance de la consommation va se faire, comme celle qu'avaient faite en leur temps Staline et Mikoïan par l'association du vin aux valeurs de la bourgeoisie. La consommation devient ainsi ostentatoire, ce sera celle des « nouveaux Russes », prêts à payer des sommes faramineuses pour offrir à leurs épouses des flacons étrangers sans garantie aucune de qualité⁴⁶. Elle évolue cependant rapidement au cours des années 1990 grâce à l'enrichissement de la société russe qui permet le développement d'une classe moyenne, à l'arrivée sur le marché de vins de qualité abordables (géorgiens et chiliens) et au développement de restaurants. Il est cependant difficile d'en conclure à l'enracinement de la consommation du vin au sein des pratiques russes. L'histoire que nous venons de décrire en montre la fragilité tant que la Russie ne sera pas forgée une culture du vin qui ne soit pas celle d'une élite urbaine. Pour l'historien, le vin tout au long de son histoire nous dit beaucoup de la société russe et soviétique, de son rapport à l'étranger, au « bon goût », aux valeurs bourgeoises... Il va être plus qu'intéressant de suivre l'évolution de la consommation de ce précieux breuvage dans un pays qui a désormais tendance à se refermer sur lui-même...

1 Voir par exemple POKHLEBKIN, Vil'jam Vassilievitch, *Istorija vodki* (Histoire de la vodka), Moscou, Centrpoligraf, 2005, p. 12

2 *Chronique dite de Nestor*, traduite sur le texte slavon-russe avec introduction et commentaire critique par Louis Léger, Paris, E. Leroux, 1884, p. 24.

3 *Chronique de Nestor*, op. cit., p. 69.

4 POKHLEBKIN, V., V., *Op. Cit.*, p. 15.

5 La question de l'étymologie reste cependant débattue. *Vino* semble venir du latin *vinus* et non pas du grec *oinos* alors que la traduction de Cyrille et Méthode se fait sur la base de la Bible des Septantes, elle-même une traduction grecque.

- 6 *Povest' ob ubienii Andreja Bogoljubskogo (Le dit de la mort d'Andrei Bogolioubski)* in : *Povesti Drevnej Rusi (Récits de l'Ancienne Russie)*, Moscou, 1987, p. 71-77
- 7 Voir par exemple KARAMZINE, Nikolai, *Histoire de l'Empire de Russie*, tome 4, 1819, traduction Thomas et Jauffret, Imprimerie A. Belin, p. 414.
- 8 ŽIRNOV, Evgenij, « Krasnye i serye », (Les rouges et les gris) *Kommersant-Den'gi*, 47(603), 2006, p. 603.
- 9 KARAMZINE, Op. Cit., Tome 10, traduction M. De Divoff Paris 1826, p. 365.
- 10 KEPPEN, Petr', *O vinodelii i vinnoj trgovle v Rossii, (Sur la viticulture et le commerce du vin en Russie)*, Saint-Pétersbourg, 1832, 263 p., , op. Cit., tableaux en annexes (*vedomost' o privoz v Rossiju vinogradnyh vin*)
- 11 KEPPEN, Petr', Op. Cit., p. 24-25.
- 12 POUCHKINE, Alexandre S., *Eugène Onéguine*, Folio, Gallimard, 1996, p. 293 (fragments d'un dixième chapitre)
- 13 POUCHKINE, Alexandre S., *Eugène Onéguine*, p. 169.
- 14 De manière plus générale, les vigneron champenois sont très présents en Russie. Voir GANDILHON René, «Commerçants, vigneron et tonneliers champenois en Russie au cours du XIXe siècle», *Cahiers du monde russe et soviétique*, 1972, Volume 13, Numéro 4, p. 502 - 513.
- 15 POUCHKINE, Alexandre S., *Eugène Onéguine*, p. 45.
- 16 Vyskočkov, L.V., « Šampanskoe v kul'ture Peterburga v XIX - načale XX v. » (Le champanskoe dans la culture de Petersbourg au XIXe-Début du XXe siècle), In: RUDENKO, J.K. et Šelaeva, A.A. (Dir.), *Peterburg v mirovoj kul'ture, (Pétersbourg dans la culture mondiale)*, Saint-Pétersbourg, Izd-vo S.-Peterburgskogo universiteta, 2005, pp.147-155.
- 17 KEPPEN, Op. Cit., 64-66
- 18 http://www.ovine.ru/special_vine/kagor_history.htm
- 19 L'appellation russe est une translittération du «champagne» français puisque l'on parle de «šampanskoe»
- 20 Exposition universelle internationale de 1900 à Paris. Rapports du jury international, Groupe X. - Aliments. Deuxième partie. Classes 60 à 62, Paris : Imprimerie nationale, 1902, 340-348
- 21 Exposition universelle internationale de 1900 à Paris, Op. Cit., p. 343.

- 22 *Bol'shaja sovetskaja Enciklopedia*, Grande Encyclopédie Soviétique, vol. 11, col. 101.
- 23 *Idem*, col. 151.
- 24 <http://www.moscow-crimea.ru/atlas/wine/hristoforov.html>
- 25 ŽIRNOV, Art. Cit., p. 603
- 26 OSTROVSKIJ Aleksandr', *Bespridannica*, Acte 3, scène 3.
- 27 *Izvestia CIK*, n° 244, 6 décembre 1917.
- 28 Рабочие Ленинграда в борьбе за победу социализма, p. 54
- 29 BSE, article "Vinodelie", p. 125-127.
- 30 TIMASHEFF, Nicholas Sergejevitch, *The great retreat; the growth and decline of communism in Russia*, New York, 1946, E.P. Dutton & Company, 470 p.
- 31 MIKOJAN, Anastas Ivanovič, *Tak bylo : razmyšlenij o minuvšem*, (Cela s'est passé ainsi : réflexions sur le passé), Moscou, 1999, Vagrius, p. 303.
- 32 Le texte a été repris par son fils Sergo. L'essentiel semble cependant avoir été rédigé à la fin des années soixante.
- 33 *Kniga o vkusnoj i zdorovoj pišče* (« le livre de la cuisine bonne et saine »), Moscou, 1954 (2^e édition), p. 79.
- 34 Staline utilise le mot russe *shampanskoe* chargé qu'il est de l'histoire du luxe que nous avons racontée précédemment.
- 35 GRONOW, Jukka, *Caviar with champagne : common luxury and the ideals of the good life in Stalin's Russia*, Oxford ; New York, 2003, Berg, p. 24.
- 36 MIKOJAN, Op. Cit., p. 314-15. Staline n'aimait pas le *shampanskoe* brut. Eden et Churchill sont réputés avoir grandement apprécié le « champagne » soviétique !!!
- 37 GRONOW, Op. Cit., p. 31-32.
- 38 *Kniga o vkusnoj i zdorovoj pišče* (« le livre de la cuisine bonne et saine »), Moscou, 1954 (2^e édition), p. 79.
- 39 *Kniga o vkusnoj i zdorovoj pišče* (« le livre de la cuisine bonne et saine »), Moscou, 1939 (1^e édition), p. 135
- 40 *Kniga o vkusnoj i zdorovoj pišče* (« le livre de la cuisine bonne et saine »), Moscou, 1954 (2^e édition), p. 79.

41 *Kniga o vkusnoj i zdorovoj pišče* (« le livre de la cuisine bonne et saine »), Moscou, 1954 (2^e édition), p. 92

42 CONNOR, Walter D, *Deviance in Soviet society: crime, delinquency, and alcoholism*, New York, 1972, Columbia University Press, p. 37.

43 <http://2004.novayagazeta.ru/nomer/2004/01n/n01n-s36.shtml>

44 Tarschys, Daniel, « The Success of a Failure: Gorbachev's Alcohol Policy, 1985-88 », *Europe-Asia Studies*, 1993, 45(1), 1, p. 7-25

45 Elle marque durablement la population soviétique qui en fait même l'objet d'histoires drôles : - “Dans un autobus, le chauffeur fait l'annonce suivante : “arrêt magasin d'alcool. Arrêt suivant : fin de la queue.”

46 L'auteur de ces lignes se rappelle avoir vu des bouteilles de vin de table français vendues à plus de 20 dollars à Moscou au début des années 90.

Français

Le vin arrive sur le territoire russe au Xe siècle. Longtemps confiné à des pratiques culturelles, sa consommation se diffuse peu à peu dans les pratiques de l'aristocratie russe. C'est au XVIII^e et surtout au XIX^e siècles que le vin cesse d'être une boisson marginale. Les importations sont progressivement complétées par une production locale (au Caucase, puis en Crimée). La Première Guerre mondiale, puis la Révolution et la Guerre civile déstructurent profondément la viticulture russe. C'est en 1936 qu'au nom d'une vie censée être devenue "plus gaie et meilleure", Staline et son ministre Mikoïan relance une production d'importance. Dans les années soixante cependant, le vin cesse d'être un produit de distinction, pour se banaliser et se marginaliser à proportion d'une production sans cesse en augmentation. La campagne antialcoolique de 1985 et les bouleversements politiques et sociaux des années de la Perestroïka achèvent de ruiner la viticulture soviétique. C'est sur ce champ de ruines que s'est reconstruit un nouveau marché du vin en Fédération de Russie.

English

Wine entered the Russian territory in the tenth century. For a long time, it was used for religious worship, but slowly it became one of the appreciated beverage of the Russian aristocracy. In the eighteenth and nineteenth centuries especially, the wine ceased to be a marginal drink. Imports were gradually supplemented by local production (mainly in the Caucasus and then in Crimea). The First World War, the Revolution and the Civil War deeply undermined Russian wine industry. That is in 1936, in the name of a life supposedly "happier and better," Stalin and his Minister Mikoyan re-launched production on a major scale. In the sixties, however, the wine ceases to be a product of distinction, and got trivialized and marginalized in proportion of a production constantly increasing. The anti-alcohol campaign of 1985 and the political and social upheavals of the years of perestroika completed the ruin of the Soviet winemaking. It is on this field of ruins that a new wine market in Russia had to be rebuilt.

François-Xavier Nérard

Maître de Conférences, Centre Georges Chevrier - UMR CNRS 5605 - Université de Bourgogne

francois-xavier.nerard@u-bourgogne.fr