

Table des matières

Présentation	7
La vigne, le vin, les femmes en Gironde	15
Les femmes, nouvelles consommatrices	16
Les femmes, nouvelles productrices	19
Les femmes dans le vignoble Bordelais	21
Les femmes et le vin: du monde des traditions au monde de l'innovation. Mythes et nouvelles représentations sociales en France et en Aquitaine	29
Les femmes et le vin: du monde des traditions au monde de l'innovation.....	31
Contexte historique et sociétal: une dimension anthropologique diachronique.....	32
De mythes en mythes: la femme et le vin, de la femme maudite à la femme innovante.	35
<i>Sociétés, mentalités et évolutions:</i> <i>une dimension anthropologique synchronique</i>	35
Féminisation et œnotourisme bordelais.....	39
<i>L'œnotourisme, en bordelais: la demande des femmes</i>	40
Conclusion.....	42
Le vin élaboré, consommé et évoqué par les Italiennes	47
Les femmes et le vin dans l'histoire	47
Portrait des femmes du vin.....	50

Focus sur la gouvernance des femmes.....	59
Portrait de la consommatrice.....	66
Réécriture au féminin de l'histoire du vin en Espagne: une nouvelle de Rosa Regás	75
Les vins de la Rioja: une histoire bordelaise?.....	78
<i>Un terroir complexe</i>	78
<i>L'expérience bordelaise</i>	80
<i>La reconnaissance internationale et l'apparition des femmes</i>	82
«El poder y la belleza» de Rosa Regás: le vin au féminin.....	83
<i>Méfiance et rejet de la société traditionnelle</i>	84
<i>Entre tradition et modernité</i>	88
<i>L'avenir sera féminin</i>	91
Quand le vin fait évoluer la dichotomie masculin/féminin: un regard sur le Portugal	97
Introduction.....	97
Les liens historiques entre les femmes et le vin.....	98
L'héritage: le patrimoine vitivinicole au féminin.....	104
Au-delà de la dichotomie masculin/ féminin: quand le vin porte vers l'avenir.....	108
Conclusion.....	113
Lorsque les Japonaises parlent du vin. Des langues, de l'imaginaire et du goût	119
Introduction.....	119
Le vin au Japon: une sociologie située dans l'histoire.....	120
Le vin et les Japonaises: approche sémiologique.....	125
<i>Une modernité polysémique</i>	125
<i>L'image « chic »</i>	126
<i>Le vin, aliment bénéfique pour la santé</i>	127
<i>Le vin, comme renforcement du lien, de la convivialité</i>	128
La parole aux Japonaises.....	129
Des femmes, médiatrices culturelles.....	131
Réalités et représentations, le développement du paysage complexe des femmes et du vin	

dans la Californie du sud (1769-1870)	139
<i>Vino del país</i>	140
Transitions et nostalgie.....	145
Conclusions.....	150
Le vin est aussi une affaire de femmes aux USA	155
Portraits de femmes.....	155
Women for WineSense.....	159
Les blogs féminin.....	161
Journaux et magazines.....	163
Un argument marketing souvent stéréotypé.....	165
Conclusion.....	168
(#Femme #vin...) & (#Women #Wine...): deux sphères culturelles 2.0 de la féminité et des vignes	171
Introduction.....	171
La féminité et le vin: quelques aspects de marketing et de communication.....	172
Médias sociaux, «Instagrammers», femmes et vin.....	174
Quelques «igers» dans la sphère anglophone et francophone.....	176
Les <i>Hashtags</i> de la Féminité et des vignes.....	179
Représentation générale du concept #Wine et #Vin dans les sphères des réseaux sociaux.....	181
Analyse des hashtags «Femmes» et «Vin» sur Instagram.....	181
<i>Les Hashtags en anglais</i>	182
<i>Les hashtags en français</i>	184
Conclusion.....	185

L'évolution du rôle des femmes dans la consommation, la production et la commercialisation du vin en Russie	189
Introduction.....	189
L'histoire du vin en Russie : de la boisson culturelle et élitiste à la boisson populaire.....	190
La consommation de vin et les femmes dans la Russie contemporaine	194
La féminisation timide des métiers de production et de commercialisation du vin.....	197
Conclusion.....	199
Les Femmes et le vin en Chine: émancipation sociale et enjeux économiques	203
Introduction.....	203
Le marché du vin au féminin.....	204
Pourquoi les chinoises boivent-elles du vin?.....	207
Boire du vin pour les Chinoises: signe d'indépendance ou expression de l'occidentalisation?.....	211
Les Chinoises au cœur du commerce du vin.	212
Conclusions	213
Quand les femmes girondines et d'ailleurs racontent le vin	215
Introduction.....	215
Conclusions. Des femmes et du vin au temps présent: de l'ombre à la lumière	233
Bibliographie	239
Fiches Autrices-auteur	247