

■ LES AMIS DE ■  
**l'École de Paris**

<http://www.ecole.org>

**Séminaire  
Vie des Affaires**

*organisé grâce aux parrains  
de l'École de Paris :*

Accenture  
Air Liquide\*  
Algoé\*\*  
ANRT  
AtoFina  
Caisse des Dépôts et Consignations  
Caisse Nationale des Caisses  
d'Épargne et de Prévoyance  
CEA  
Centre de Recherche en gestion  
de l'École polytechnique  
Chambre de Commerce  
et d'Industrie de Paris  
CNRS  
Cogema  
Conseil Supérieur de l'Ordre  
des Experts Comptables  
Danone  
Deloitte & Touche  
École des mines de Paris  
EDF & GDF  
Entreprise et Personnel  
Fondation Charles Léopold Mayer  
pour le Progrès de l'Homme  
France Télécom  
FVA Management  
IBM  
IDRH  
IdVectoR\*  
Lafarge  
PSA Peugeot Citroën  
Reims Management School  
Renault  
Saint-Gobain  
SNCF  
Socomine\*  
THALES  
TotalFinaElf  
Usinor

\*pour le séminaire  
Ressources Technologiques et Innovation  
\*\*pour le séminaire  
Vie des Affaires

(liste au 1<sup>er</sup> février 2002)

**QUEL AVENIR POUR LE VIN ?**

par

**René BROUSSE**

Attaché d'administration à la Ville de Paris  
Journaliste et dégustateur à la revue *Le Rouge et le Blanc*

Séance du 9 avril 1999

Compte rendu rédigé par Élisabeth Bourguinat

**En bref**

De la nécessité de boire pour se désaltérer, à la satisfaction intellectuelle de reconnaître à l'aveugle un cru particulier et son millésime, en passant par le plaisir de la dégustation gourmande (assorti de l'euphorie discrète d'un soupçon d'ivresse), le vin est, de multiples manières, générateur de sens et de sociabilité ; sa richesse culturelle culmine dans les vins de terroir, que René Brousse, journaliste et dégustateur pour la revue *Le Rouge et le Blanc*, qualifie de "vins d'identité". Du fait de la pression du marché, ces "vins d'identité", dont la production est limitée, sont aujourd'hui menacés par les "vins de qualité", c'est-à-dire des vins de cépage aux qualités techniques irréprochables mais plus ou moins standardisées, susceptibles d'être élaborés aux quatre coins du monde, dans des quantités extensibles.

*L'Association des Amis de l'École de Paris du management organise des débats et en diffuse  
des comptes rendus ; les idées restant de la seule responsabilité de leurs auteurs.  
Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.*

© École de Paris du management - 94 bd du Montparnasse - 75014 Paris  
tel : 01 42 79 40 80 - fax : 01 43 21 56 84 - email : [ecopar@paris.ensmp.fr](mailto:ecopar@paris.ensmp.fr) - <http://www.ecole.org>

## EXPOSÉ de René BROUSSE

Le titre de cette séance, “quel avenir pour le vin ?”, a dû intriguer certains d’entre vous ; je précise tout de suite qu’il n’y a aucun doute sur le fait que le vin a un avenir. La question serait plus exactement “à quels vins l’avenir appartient-il ?”.

Pour y répondre, il faut tout d’abord souligner que le vin n’est pas une boisson ordinaire, même si elle peut, bien entendu, être consommée strictement pour sa vertu désaltérante. En fonction de ses caractéristiques physiques, le vin peut faire l’objet de quatre approches différentes, que je situe sur deux niveaux : sur le plan physiologique, le vin est à la fois désaltérant et euphorisant ; sur le plan esthétique, il peut, de surcroît, être savoureux et, dans certains cas seulement, identifiable. Bien entendu, les vins savoureux et identifiables sont également désaltérants et euphorisants : il s’agit d’une construction en strates.

### La richesse culturelle du vin

Mais ce qu’il importe de noter, c’est qu’à travers ses différentes caractéristiques, le vin développe une sociabilité et génère du sens : comme boisson désaltérante, il produit de la convivialité, le fait de “trinquier” ensemble ; comme boisson euphorisante, c’est le thème du “in vino veritas” : le vin lève les inhibitions et on se parle plus ouvertement ; lorsqu’il s’agit d’un vin savoureux, quelle que soit son origine, c’est l’occasion de partager un plaisir gourmand, qui met en jeu l’odorat et le goût ; mais quand, en plus, ce vin est identifiable, on mobilise tout un arrière-plan culturel qui permet d’en parler, de l’analyser, de le comparer à d’autres, tout en profitant de tous les autres niveaux d’approche : quand je bois un Clos Vougeot 1985, je l’identifie et je reconnais ses particularités, mais en même temps je le savoure, je me réjouis et je me désaltère.

C’est donc en dégustant ce que j’appelle les “vins d’identité” qu’on bénéficie de toute la richesse culturelle du vin : non seulement les références en termes de mythologie, de religion, de littérature, ou même de médecine, qui sont communes à tous les vins, mais aussi l’histoire, la géographie, la géologie des terroirs et des crus, l’ampélographie, c’est-à-dire la connaissance des différents cépages, du savoir-faire de la mise en valeur de la vigne, avec les greffes, la taille, etc., l’œnologie, empirique jusqu’à Pasteur et désormais scientifique, et enfin tout le vocabulaire érudit, esthétique, poétique, sur la qualité et l’identité des vins. C’est toute cette richesse culturelle, liée aux vins de terroir, qui donne son véritable sens à la consommation du vin, en France bien sûr, mais aussi dans les autres pays où ce modèle existe ou s’est exporté.

Or ce que je voudrais vous montrer aujourd’hui, c’est qu’en dépit de l’excellente santé de l’économie du vin dans notre pays, ou plus exactement à cause de cette excellente santé, ces vins de terroir sont aujourd’hui menacés.

### Qu’est-ce qu’un terroir ?

Un terroir se définit selon trois critères essentiels : le sol, le climat, les cépages traditionnellement utilisés.

#### *Le sol*

Un terroir se définit comme la rencontre entre un terrain favorable à la vigne et le savoir-faire des hommes qui le cultivent : ce terrain existait, mais il était envahi par la forêt ou les broussailles ; il a fallu le découvrir, le défricher, le mettre en valeur. Le terroir se caractérise d’abord par la composition géologique du sol (argileux, calcaire, siliceux, contenant du fer, du magnésium, etc.) ; d’une façon générale, la vigne donne ses meilleurs résultats dans des sols relativement pauvres. La

configuration du terrain est également essentielle : le fait qu'il se situe à telle ou telle hauteur d'un coteau, qu'il soit constitué de graviers, de galets ou de cailloux, a une influence à la fois sur l'écoulement de l'eau et sur l'ensoleillement.

### *Le climat*

Le climat et le microclimat font également partie de la définition du terroir : l'ensoleillement doit être important, mais tempéré par une bonne hygrométrie de l'air, celle-ci jouant un rôle à la fois dans la photosynthèse, et donc la maturité du raisin, mais aussi, pour les vins moelleux par exemple, dans le développement des pourritures nobles. La plupart des grands vignobles français sont d'ailleurs situés près de cours d'eau importants, qui ont un effet régulateur sur la chaleur et la présence d'eau dans l'air ; c'est naturellement ce qui manque à certaines régions de grand soleil.

### *Les cépages traditionnels*

Le terroir se définit enfin par la nature des cépages utilisés, ceux-ci ayant été sélectionnés au fil des siècles, en fonction précisément de leur aptitude à exprimer les caractéristiques du terroir. Loin d'être les plus productifs, ces cépages n'ont souvent que de petits rendements, qui leur donnent une meilleure concentration : moins une vigne produit de jus de raisin – dans des conditions normales de culture, excluant par exemple le gel, la coulure de la fleur ou la grêle – plus ce jus a de chances d'exprimer les particularités du terroir.

## **La nature et la vertu**

L'excellence d'un vin de terroir n'est donc pas un hasard ni une idée vide : elle correspond, d'une part, à des conditions physiques favorables très concrètes, qui sont un "cadeau de la nature" et, d'autre part, au savoir-faire du vigneron.

Mais les progrès de la viticulture, en permettant d'obtenir des rendements extrêmement importants, ont introduit une donnée nouvelle dans la production des vins de terroirs. Autrefois, pour peu qu'un vigneron soit compétent et honnête, c'est-à-dire qu'il sache cultiver sa vigne et qu'il ne coupe pas son vin avec un autre vin ou avec de l'eau, le fait que les rendements étaient naturellement limités le conduisait à produire, du moins les bonnes années, un vin qui répondait à son terroir. Aujourd'hui, les possibilités énormes offertes par l'agronomie moderne font qu'un vigneron qui veut produire du vin de terroir ne doit pas être seulement compétent et honnête, mais aussi vertueux : il doit se donner beaucoup de mal pour obtenir de petits rendements, en plantant un grand nombre de pieds par hectare, en n'utilisant pas de porte-greffes trop vigoureux et en taillant sévèrement les pousses ; il ne peut pas toujours répercuter intégralement le coût de ces mesures sur les prix de vente.

Dans tel grand cru de pinot gris d'Alsace, dont le prix moyen de vente est de cinquante francs par bouteille, par exemple, certains vigneron font des rendements de soixante-cinq hectolitres à l'hectare, d'autres de vingt-cinq ; les premiers ont un prix de revient de vingt-cinq francs par bouteille, qui leur laisse une marge confortable par rapport au prix moyen de vente ; les autres de soixante-cinq francs, qui les oblige à vendre plus cher que les autres, avec une marge inférieure, et surtout un nombre de bouteilles bien moindre. Non seulement les vigneron vertueux, ceux qui en réalité "sauvent" les appellations, se donnent beaucoup de mal pour obtenir des petits rendements, mais, en période de vente facile, ils gagnent moins bien leur vie que ceux qui se contentent, comme on dit, de "faire pisser la vigne".

## **Le développement des AOC**

Avant même cette explosion des rendements, un tournant important s'était produit avec la crise du phylloxéra qui, à partir de 1865, a ravagé l'ensemble du vignoble français et, en quelques dizaines

d'années, a gravement perturbé la carte des terroirs : les propriétaires, à la recherche de plants résistant à la maladie, se sont tournés vers des cépages fantaisistes, y compris des cépages hybrides, qui ne donnent jamais des vins de qualité ; le marché est largement passé au négoce, qui "améliorait" les vins en les coupant par exemple avec du vin d'Algérie ou certains vins très colorés ; les noms de terroirs étaient utilisés de façon anarchique.

C'est pour remédier à ces dérives que furent créées, en 1935, à l'initiative des vignerons, les Appellations d'Origines Contrôlées (AOC), qui délimitaient précisément le territoire auquel une appellation était réservée, déterminaient les cépages qui devaient être utilisés et établissaient quelques garde-fous en termes de qualité. À l'origine, le but était essentiellement de protéger les grands terroirs.

Un premier lot de terroirs a reçu ces appellations contrôlées en 1936, puis l'inventaire s'est poursuivi pendant les années suivantes. Jusqu'en 1970 environ, le système a bien fonctionné : les terroirs recensés étaient connus depuis déjà plusieurs siècles ; les rendements étaient encore limités et la qualité des vins était donc satisfaisante, sauf lorsque le vigneron était maladroit ou malhonnête.

Mais à partir de 1973, ce système s'est en quelque sorte emballé : de plus en plus de terroirs, même d'invention très récente, ont bénéficié d'une appellation, et les terroirs déjà identifiés ont été étendus de plus en plus largement. Aujourd'hui, il existe quatre cent cinquante appellations différentes, qui recouvrent 52 % du vignoble français, soit quatre cent soixante-deux mille hectares.

Une telle extension des AOC aboutit forcément à la "dilution" de la notion de terroir. Pendant que je préparais cet exposé, j'ai reçu par exemple un prospectus du caviste Nicolas, qui présente une dizaine de vins de vingt à trente-huit francs la bouteille, avec le slogan « *Une nouvelle collection 100 % terroir* ». Qui dit terroir dit origine, identité reconnaissable, donc rendements limités et prix élevés, surtout s'il s'agit de "100 %" terroir ; au prix annoncé, le client risque fort d'avoir un vin, sans doute correct, sans doute représentatif du cépage concerné, mais à l'identité diluée.

### **Une réglementation laxiste**

L'AOC garantit la provenance du vin, même si, selon qu'il s'agit d'une appellation générique, communale ou parcellaire, la surface concernée peut aller d'un hectare, comme pour la Romanée, à des dizaines de milliers d'hectares, comme pour les Bordeaux, les Côtes de Provence, le Champagne, ou le Languedoc Roussillon. L'AOC impose également le choix de certains cépages, la façon de tailler la vigne, un plafond de rendement, une certaine densité de plantation des pieds, le respect des "usages locaux, loyaux et constants" et enfin, depuis 1973, l'obtention d'un agrément.

Toutes ces conditions devraient permettre, en principe, de préserver l'identité des vins de terroir ; en réalité, le fait que ce sont les vignerons qui fixent les règles, sous le contrôle de l'État qui est lui-même intéressé, pour des raisons fiscales, à ce que le plus grand nombre possible de vins bénéficient d'une AOC, aboutit à un grand laxisme. La densité de plantation réglementaire oscille entre deux mille et sept mille pieds à l'hectare, alors qu'elle peut aller jusqu'à dix mille pieds dans les très bonnes propriétés. Le plafond de rendement varie de trente-cinq à soixante-dix hl/ha, et peut être augmenté de 20 % lors des années exceptionnelles : il arrive que le climat soit tellement idéal que la vigne produise énormément de raisin et que celui-ci soit de très bonne qualité ; le vigneron peut alors demander l'autorisation d'atteindre ce "plafond limite de classement", à condition d'argumenter sur la qualité exceptionnelle de son raisin. Mais actuellement beaucoup de vignerons réclament chaque année ce dépassement du plafond, et l'obtiennent presque systématiquement. Quant à l'agrément, qui consiste à faire déguster le vin par un jury, constitué, là encore, de vignerons et de représentants de l'Administration, il n'a été refusé, ces dernières années, qu'à moins de 1 % des vins. Non seulement l'AOC n'est plus une garantie suffisante que le vin qui en bénéficie

exprime réellement les caractéristiques de son terroir, mais, de plus en plus fréquemment, elle ne constitue même plus une garantie sur la qualité du vin.

### **La remise en cause des AOC**

C'est pourquoi certains remettent aujourd'hui en cause le principe même des AOC.

Selon la hiérarchie réglementaire, les vins se répartissent en vins de table, vins de pays, VDQS (Vins Délimités de Qualité Supérieure) et AOC, la catégorie VDQS étant progressivement laminée au profit des AOC. Cette hiérarchie réglementaire, avec la subdivision supplémentaire des AOC en appellations génériques, communales et parcellaires, est censée correspondre à une hiérarchie qualitative : tout en haut, la Romanée Conti ; tout en bas, les vins de table les plus ordinaires.

Mais selon un article publié en 1995 dans la *Revue des œnologues*, qui reflète une conception de plus en plus répandue, il n'en serait rien : les professionnels du négoce estiment généralement que chacune de ces catégories comprend en réalité quatre niveaux qualitatifs : 15 % de très bons vins, 25 % de bons vins, 40 % de vins moyens, et 20 % de mauvais vins. Ce découpage sent un peu le système, mais l'analyse en elle-même est difficilement contestable : il existe des vins d'AOC qui sont moins bons que certains vins de table bien faits, et qui le sont, non pas par accident, mais régulièrement, chaque année, notamment parce que les rendements ne sont pas respectés et parce que les maîtres de chai se livrent en conséquence à toutes sortes de "tripatouillages" pour chaptaliser, acidifier, tanniser ces mauvais vins. La conclusion de l'article tombe comme un couperet : « *La compétition des marchés futurs s'organisera autour de concepts qui n'ont plus rien à voir avec le concept d'AOC* ».

Le milieu des œnologues, à qui cette revue est destinée, n'est pas complètement neutre dans cette affaire. Ce qui justifie l'existence des œnologues, c'est la notion de qualité, et non pas celle d'identité des vins : ils n'ont aucune prise sur la nature d'un sol ou d'un climat ; en revanche, ils ont eu un rôle essentiel pour améliorer la qualité générale des vins en France, que ce soit en évitant des catastrophes accidentelles aux très bons jus, ou en rattrapant savamment des jus douteux parce que trop abondants, issus de raisins pas assez mûrs, etc. Il est normal qu'ils favorisent le critère de la qualité, qui les valorise, par rapport au critère de l'identité et du respect du terroir, sur lequel ils n'ont pas barre, et qui a donc tendance à les agacer.

### **Vins de qualité et vins d'identité**

Le fait d'opposer les vins de qualité et les vins d'identité peut paraître surprenant, mais c'est dans cette distinction, subtile, que réside le cœur du problème.

#### *Vins de qualité*

Un vin de qualité peut être obtenu sur toutes les terres à vigne, qui se définissent comme des sols relativement pauvres, maigres et bien drainants, situés entre le trentième et le cinquantième degré de latitude nord (en gros, du Caire au nord de Paris), ou le trentième et le quarantième degré de latitude sud, qui comprend la Nouvelle-Zélande, le sud de l'Australie, la pointe de l'Afrique du Sud, l'Uruguay, l'Argentine et le Chili.

La qualité du vin repose sur trois critères : l'absence de défauts techniques, l'équilibre entre les composants du vin, la richesse aromatique.

L'absence de défauts techniques constitue l'apport majeur de l'œnologie. La destinée normale du jus de raisin est de devenir du vin pendant environ quinze jours, du vinaigre ensuite. La "piqûre acétique" pouvait autrefois toucher n'importe quel vin, s'il était mal protégé, y compris les vins de

grands terroirs. D'autres défauts pouvaient également intervenir : "goût de barrique" et "goût de réduit" dus à un manque d'aération, "goût d'oxydation" dû à une aération excessive, etc.

Le deuxième critère est l'équilibre entre les composants : acidité, alcool et tannins pour les vins rouges ; acidité, alcool et sucre pour les vins blancs. Quand le raisin a atteint une bonne maturité, le vin présente naturellement cet équilibre ; quand ce n'est pas le cas, les œnologues savent rectifier les défauts, par exemple en ajoutant du sucre pour augmenter le degré alcoolique (c'est ce qu'on appelle la chaptalisation), ce qui les conduit, quand ils en abusent, à ajouter aussi de l'acidité, parce que l'acidité des raisins trop verts n'est pas une bonne acidité, etc. Certaines rectifications restent acceptables, par exemple une chaptalisation d'un degré, qui vient compenser la déperdition liée à la fermentation alcoolique ; au-delà, on tombe dans des manipulations parfois douteuses, mais qui sont malheureusement fréquentes.

Le troisième critère de la qualité d'un vin est la présence d'arômes et de saveurs agréables, plus ou moins intenses, diversifiés et complexes : un vin ordinaire n'a généralement qu'une odeur "vineuse" et "alcooleuse".

### *Vins d'identité*

Comme tous les vins de qualité, un bon vin d'identité doit être naturellement exempt de défauts techniques ; il doit de plus offrir une concentration suffisante, c'est-à-dire des conditions de rendement suffisamment modéré pour que la vigne puisse exprimer toute la richesse et les particularités du sol.

Du point de vue de l'équilibre des composants, l'approche est légèrement différente : les vins de qualité tendent généralement à un équilibre "standard", technique, entre ces composants, alors que les vins d'identité peuvent éventuellement offrir un équilibre "particulier", qu'on pourrait aussi appeler un "déséquilibre" : les Médoc pourraient être considérés comme un peu trop tanniques ; les grands Bourgogne comme trop acides ou alcooleux, et pas assez tanniques ; les grands vins du Rhône comme trop généreux, trop alcooleux, et trop peu acides. En réalité, ces vins, lorsqu'ils sont réussis, donnent bien l'impression d'un très grand équilibre, mais il s'agit d'un équilibre original.

L'analyse des arômes et des saveurs fait également apparaître des différences importantes entre vins de qualité et vins d'identité. Il existe trois sortes d'arômes : les arômes primaires se développent pendant la macération et la fermentation du vin ; les arômes secondaires, pendant l'élevage du vin en cuve ou en fût, qui suppose une "oxydation ménagée", d'où leur nom d'"arômes d'oxydation" ; les arômes tertiaires, ou "arômes de réduction", pendant l'élevage long en bouteille, à l'abri de toute oxydation.

Les vins de qualité offrent essentiellement des arômes primaires, de fleurs et de fruits frais notamment, d'autant plus expressifs et identifiables qu'ils sont simples et peu nombreux ; mais on ne peut pas parler à leur égard de "bouquet" : cette notion suppose la diversité et la complexité d'arômes multiples qui se combinent entre eux de façon harmonieuse, comme dans un bouquet de fleurs.

Les meilleurs vins d'identité se caractérisent au contraire par une palette très riche d'arômes primaires, secondaires et tertiaires, qui mettent en jeu l'olfaction, pour les arômes directement perceptibles au nez, puis la rétro-olfaction, pour les arômes qui remontent à l'intérieur du nez lorsque le vin est déjà en bouche, et enfin la persistance aromatique en fin de bouche, qu'on appelle aussi la "queue de paon", et qui ne concerne que les arômes secondaires et tertiaires. Contrairement aux arômes primaires qui caractérisent les vins de qualité, ces derniers ne sont pas tous immédiatement perceptibles : ils ont besoin de temps pour s'exprimer entièrement et pour atteindre leur plein épanouissement ; mais il est bien connu des amateurs que plus un vin met longtemps à

atteindre son apogée, meilleur il est. La richesse et la particularité de ces arômes, qui varient énormément d'un vin de terroir à l'autre, mais aussi leur finesse et leur subtilité, contribuent, avec les "équilibres originaux" dont je parlais tout à l'heure, à donner à chaque vin sa personnalité et son caractère unique.

Tout cela n'est pas très facile à décrire, de même qu'il n'est pas facile de décrire le visage d'une personne avec des mots : c'est plutôt de l'ordre du "je ne sais quoi" et du "presque rien" de Jankélévitch ; mais le fait est que vous reconnaîtriez ce visage entre mille autres, de même qu'il est possible d'identifier, à l'aveugle, un grand vin de terroir.

Pour conclure simplement sur cette différence entre vins de qualité et vins d'identité, je dirai que tous les vins d'identité ont les moyens et le devoir d'être des vins de qualité, même si la maladresse ou la malhonnêteté du vigneron peut faire que ce ne soit pas le cas ; en revanche, tous les vins de qualité n'ont pas vocation à avoir une identité particulière, en dehors de l'identité de leur cépage, qui est très générale et qu'ils partagent avec des vins du monde entier. Seuls les vins de terroir originaux, mis en œuvre correctement, peuvent manifester une identité forte.

### **Pourquoi les vins d'identité sont-ils menacés ?**

J'ai déjà évoqué le rôle non négligeable des œnologues dans le désintérêt relatif pour les terroirs, au bénéfice d'une notion de qualité qui est beaucoup plus susceptible de mettre en valeur leurs compétences. L'idée selon laquelle la compétition des marchés peut désormais s'organiser autour de concepts très éloignés de celui des AOC a déjà fait son chemin, avec l'essor spectaculaire des vins de cépage, et la création de concours qui prennent en compte des critères qui n'ont plus rien à voir avec la notion de terroir.

On organise par exemple des concours réunissant des Chardonnay du monde entier, sans indiquer s'il y en a qui viennent de Meursault ou de l'Ohio : les "équilibres originaux" évoqués précédemment peuvent fort bien, dans ce contexte, apparaître comme des déséquilibres, voire des défauts techniques, et ce sont naturellement les vins les plus standardisés qui ont le plus de chances de l'emporter, tout simplement parce qu'on compare ce qui est comparable et qu'on "oublie" ce qui n'apparaît que comme une déviance isolée. Dans ces concours, les vins sont goûtés jeunes, ce qui convient bien aux vins de cépages, immédiatement flatteurs grâce à la fraîcheur de leurs arômes primaires, mais pénalise les vrais vins de terroir, qui exigent de cinq à quinze ans pour exprimer tous leurs arômes et leurs saveurs. On organise même des concours qui ne prennent plus en compte que des catégories comme vins rouges, vins blancs, vins rosés, ou encore vins élevés en fûts neufs et sans fûts neufs.

Cette évolution de la nature des concours s'explique évidemment par la pression du marché, qui a une attitude très ambiguë par rapport aux terroirs. Les consommateurs, qui boivent de moins en moins de vin, se détournent massivement des vins de table pour acheter des vins de terroirs : on boit moins souvent, mais mieux. Mais, d'une part, le prestige de ces terroirs est d'autant plus grand qu'ils sont limités en surface ; d'autre part, les AOC ont beau s'étendre de plus en plus, leur croissance trouvera nécessairement un terme, et les quantités de vin de terroir disponibles sont ainsi limitées ; la notion de terroir freine donc le développement du marché. La notion de qualité est au contraire parfaitement "extensible", puisqu'elle peut intervenir, à des degrés divers, non seulement dans les AOC mais dans des vins de table, des vins de pays, ou, comme cela se développe de plus en plus, dans des vins de cépage, qui rejettent au second plan la notion d'origine ; elle ouvre donc des perspectives beaucoup plus intéressantes pour le marché.

Du côté des consommateurs, la menace vient d'abord, tout simplement, du fait que les gens disposent de moins en moins souvent d'une cave utilisable pour la conservation du vin (c'est-à-dire fraîche et relativement humide) ; ils sont donc obligés de consommer les vins rapidement, ce qui

joue en faveur des vins de qualité, immédiatement accessibles, alors qu'il faut savoir et pouvoir attendre que les vins d'identité développent tous leurs arômes. Ce phénomène est renforcé par le fait que les dispositions fiscales actuelles incitent les vigneron à écouler leurs stocks le plus vite possible ; c'est pourquoi ils ne vendent que de plus en plus rarement de vieux millésimes. Or si tous les vins d'identité sont bus à moins de cinq ans d'âge, les efforts et les sacrifices que les vigneron consentent pour les produire perdront tout leur sens.

Enfin, même lorsque les consommateurs ont l'occasion de boire des vins d'identité, il n'est pas sûr qu'ils sachent les apprécier, parce que cela exige une certaine éducation du goût et de l'odorat : on observe actuellement une dérive générale des préférences gustatives vers le sucré et l'épicé, dérive qui profite aux vins de qualité, généralement fruités, beaucoup plus qu'aux vins d'identité. En outre, le service des vins de qualité est facile et accessible à tout le monde, alors que les vins d'identité exigent certaines précautions en termes de température, d'aération, de manipulation, d'adaptation aux mets, etc. D'une façon générale, une certaine culture est nécessaire pour apprécier les vins d'identité ; or actuellement entre 70 % et 80 % des vins d'AOC sont vendus dans les grandes surfaces, c'est-à-dire en libre-service, sans que personne puisse vous conseiller sur la façon de déguster le vin, ni même vous expliquer quelles sont les différences entre les appellations et donc vous faire comprendre pour quelle raison cela vaut la peine de payer tel ou tel vin plus cher qu'un autre.

### **Des raisons d'espérer**

Il est cependant vrai que les grandes surfaces ont eu l'immense avantage de démocratiser la consommation du vin : tout le monde ne peut pas ou n'ose pas aller chez un caviste, a fortiori directement chez un vigneron. Les grandes surfaces utilisent les plus grands vins comme produits d'appel, pour ceux qui peuvent se les offrir (car elles les vendent souvent moins cher qu'à la propriété), ou comme image de marque pour les autres : quand on prend un bordeaux simple qui se trouve juste au-dessous d'un Château Latour, on a un peu l'impression d'emporter une parcelle du Château Latour. C'est une forme d'imposture, mais en même temps cela peut constituer une étape qui donnera envie d'aller chez un caviste pour en apprendre davantage sur les grands vins.

Un autre élément encourageant est la multiplication, depuis quelques années, des clubs de dégustation, même si cela reste une pratique très minoritaire : à partir du moment où des personnes se réunissent pour déguster des vins et les comparer, elles en viennent très rapidement à s'intéresser à la notion de terroir, et consentent à payer un peu plus cher pour pouvoir déguster de véritables vins d'identité.

Je crois d'ailleurs que c'est de là que viendra le salut, et j'ai envie de dire : « Buveurs, sauvons-nous nous-mêmes ! » On ne peut pas espérer changer le mode de fonctionnement de l'INAO (Institut National des Appellations d'Origine), du moins à brève échéance ; on ne peut pas non plus espérer convaincre les mauvais vigneron de changer de méthode ; mais on peut, par sa façon de choisir et de consommer le vin, et en accordant sa préférence aux vigneron vertueux, espérer maintenir vivante la notion d'identité.

## DÉBAT

### Vin et peinture

**Un intervenant :** *J'ai beaucoup apprécié la distinction que vous avez faite entre le plan physiologique et le plan esthétique du vin, et à l'intérieur de celui-ci, la dimension qualitative et la dimension culturelle. On retrouve là le principe de la double articulation proposé par Lévi-Strauss à propos des œuvres d'art : en peinture aussi, on prend en compte d'une part la qualité technique du tableau, d'autre part l'arrière-plan culturel, à travers la référence aux styles ou aux genres dont relève ce tableau. J'imagine qu'il existe de nombreux vins qui sont très bons, mais dont il n'y a rien à dire parce qu'ils sont tous semblables ?*

**René Brousse :** On ne peut en effet pas en parler longtemps. Mais j'insiste sur le fait que par rapport à la peinture, il y a tout de même, dans le vin, l'apport de la nature, et pas simplement le talent ou la fantaisie de l'artiste : il y a un sol, un climat et un cépage bien précis, et c'est à partir de ces données de base que se construit la culture du vin.

### Vin et musique

**Int. :** *Pour ma part, je vois aussi une analogie avec la musique : comme pour le vin, on trouve, dans chaque genre musical (musique classique ou musique populaire, par exemple), des qualités très diverses. Par ailleurs, comme les vins de qualité, la musique s'est largement démocratisée depuis quelques dizaines d'années. On aurait pu craindre que ce soit au détriment de la qualité, mais tout au contraire, la production musicale atteint aujourd'hui, quel que soit le genre musical, un degré de professionnalisme, d'exigence et de raffinement qu'elle n'a jamais connu auparavant.*

**Int. :** *J'ai quand même le sentiment qu'aujourd'hui les grands interprètes jouent tous un peu de la même manière, de façon académique ; Alfred Cortot, lui, laissait passer beaucoup de fausses notes, mais du moins son jeu avait une personnalité extraordinaire. Est-ce que ce n'est pas le même type de problème ?*

**R. B. :** Notre expérience, dans la revue à laquelle je participe, *Le Rouge et le Blanc*, est en effet qu'il est de plus en plus difficile de trouver des vins qui aient une vraie personnalité. La qualité globale des vins a progressé et il est de plus en plus rare de trouver des vins vraiment mal faits ; mais il est de plus en plus difficile de trouver des vins qui sortent vraiment du lot.

**Int. :** *C'est vrai non seulement d'une propriété à l'autre, mais aussi selon les millésimes : autrefois, si certains étaient ratés, d'autres étaient exceptionnels ; aujourd'hui, la qualité est toujours bonne, mais il n'y a plus jamais de miracles.*

### Le rôle des coopératives

**Int. :** *Les coopératives n'ont-elles pas leur part de responsabilité dans le déclin des vins d'identité ? Il est évident qu'un petit propriétaire n'a pas forcément les moyens de faire lui-même son vin, mais cela aboutit à la disparition de l'identité dans le mélange des vins. De plus, je ne suis pas sûr que les coopératives puissent exercer un contrôle très strict, en matière de rendements, par exemple, sur les raisins qui leur sont apportés. Quelle est la position de votre revue sur ce sujet ?*

**R. B. :** Notre position, c'est le verre à la main : il y a de grandes disparités d'une coopérative à l'autre. Dans certains cas, la coopérative est le seul endroit où l'on ait une chance de trouver un vin correct ; je pense à certaines appellations de Beaujolais ou d'Alsace, où l'on trouve, chez les particuliers, des rendements qui vont jusqu'à cent ou même cent vingt hectolitres à l'hectare. Les

coopératives ont d'ailleurs joué à cet égard un rôle historique très important dans de nombreuses régions. Cela dit, bien évidemment, plus le temps passe, plus leur production risque de baisser en qualité, tout simplement parce qu'au fur et à mesure que les vignerons sont formés par les techniciens des coopératives, ils prennent leur indépendance, surtout ceux dont la propriété a le plus de valeur, et les coopératives ne reçoivent plus que du raisin de moindre qualité.

Quant à la perte d'identité qu'entraînerait le fait d'assembler des jus de raisin qui viennent de propriétés différentes, il faut la relativiser : sans doute n'est-ce pas dans une coopérative qu'on trouvera l'identité la plus pointue, mais si l'on parle d'une identité communale ou régionale, il arrive souvent que ce soit la coopérative, encore une fois, qui respecte le mieux cette identité. À Gaillac, par exemple, les vins haut de gamme des trois coopératives sont très représentatifs de ce qu'est un bon Gaillac générique.

### **Des choix stratégiques délicats en termes de marché**

**Int. :** *Je ne crois pas que le problème que vous soulevez se pose réellement à propos des très grands vins : ils bénéficient d'un tel réseau de prescripteurs, d'amateurs, de gens qui savent expliquer quelle est leur valeur, qu'il y a peu de risque qu'ils perdent leur identité.*

*La situation des appellations génériques est plus préoccupante. En Bourgogne, par exemple, où l'appellation générique ne comprend que dix mille hectares, les négociants se plaignent de ne pas pouvoir répondre correctement aux appels d'offres internationaux ou alimenter la grande distribution, tout simplement parce que les volumes sont insuffisants, et que, du fait du mode de culture traditionnel, en vigne basse, et de la petite taille des exploitations, les prix de revient sont élevés. Faut-il chercher à obtenir des droits de plantation importants, c'est-à-dire demander l'extension de l'AOC, développer la taille des exploitations, changer le mode de culture ? Faut-il au contraire tirer parti de la spécificité de cette appellation "Bourgogne", sachant que les producteurs d'Afrique du Sud, par exemple, n'ont pas encore mis au point de systèmes d'appellations, et chercher à faire reconnaître sa valeur au niveau mondial ? Voilà comment la question se pose ; il n'est pas facile d'y répondre.*

**Int. :** *Et comment la décision sera-t-elle prise ?*

**Int. :** *Ce sont les vignerons regroupés en syndicats de producteurs qui sont tout-puissants.*

### **Le roi est nu**

**Int. (Économiste) :** *J'avoue que j'ai beaucoup de mal à comprendre la distinction que vous faites entre vins de qualité et vins d'identité. Il me semble que dans tous les cas, ce sont des vins qui se vendent bien et cher ; jusqu'à preuve du contraire, les AOC sont tout de même une extraordinaire réussite économique. Vous dénoncez le fait qu'on puisse comparer des Chardonnay de Meursault et des Chardonnay de l'Ohio, mais même si le Chardonnay américain arrive premier dans les concours, le Meursault continue de se vendre quinze fois plus cher.*

**R. B. :** Certes, mais ce qui est vendu, c'est de plus en plus souvent l'étiquette, plutôt que le produit. En apparence, tout va bien ; je crains seulement que tôt ou tard on s'aperçoive que le roi est nu, et que le marché des vins d'AOC français s'effondre au profit de toutes sortes de vins qui se concentrent seulement sur la notion de qualité.

### **Les vertus du marché**

**Int. :** *Peut-être ne tenez-vous pas assez compte de la diversité des consommateurs et de la légitimité de cette diversité. Pour ma part, j'avoue que je n'ai pas de cave, que j'achète mon vin l'après-midi pour le soir, et qu'à condition que le vin soit bon, je n'accorde pas tellement d'importance au critère de l'appellation. Votre démarche est très différente, c'est celle d'un*

*passionné du vin ; mais je crois que chaque type de clientèle doit pouvoir trouver sur le marché le vin qui l'intéresse. Sans doute l'offre dérive-t-elle actuellement des vins d'identité vers les vins de qualité, mais dans la mesure où les amateurs de vins d'identité seront prêts à y mettre le prix, ils continueront à en trouver sur le marché.*

**Int. :** *D'après ce qui a été dit, il faut quand même beaucoup de vertu, à l'heure actuelle, pour continuer à produire des vins d'identité. Qu'est-ce qui soutiendra cette vertu ?*

**Int. :** *Les prix ! Pour un économiste, le seul critère est de savoir si le producteur parviendra à écouler sa production.*

**Int. :** *Mais si on peut vendre le même prix, et même plus cher, un vin de moindre valeur ?*

**Int. :** *On peut faire l'hypothèse, qui est apparemment vérifiée, qu'il existera toujours des gens incompréhensiblement honnêtes et vertueux, qui continueront à faire leur travail correctement et vendront sans difficulté leur production, d'autant que du fait de la mondialisation, leur marché potentiel explosera : qui connaissait la Romanée Conti, il y a quelques années ? Aujourd'hui, même des Japonais en sont amateurs, et sont prêts à payer cher pour s'en procurer. On dit souvent que la mondialisation entraîne l'uniformisation des produits ; on peut soutenir qu'elle conduit au contraire à une diversification extraordinaire de la clientèle et des produits.*

**Int. :** *Le fond du problème, c'est que, à tous les niveaux, le marché quantitatif vient envahir le marché qualitatif ; il utilise des formes, des noms, des prestiges, et à terme finit par en détruire le sens et la valeur.*

**R. B. :** *Beaucoup de gens à travers le monde connaissent le nom et le prix des grands crus français, mais sont-ils capables de les apprécier pour ce qu'ils sont, sauf à avoir eu la possibilité de se former le goût ? Il existe des bibliothèques, des conservatoires de musique, des musées pour la peinture et la sculpture, ouverts à tous, avec formation appropriée : les yeux et les oreilles sont éduqués ; pas le goût ni l'odorat. Les vins d'identité risquent de disparaître (ou de se standardiser) faute de palais et de nez susceptibles de les apprécier.*

Présentation de l'orateur :

René Brousse est attaché d'administration à la Ville de Paris et journaliste bénévole pour la revue *Le Rouge et le Blanc*, qui vit de ses seuls abonnements et n'a jamais recours à la publicité ; cette indépendance a fait sa réputation auprès des amoureux du vin, des cavistes et des grands importateurs étrangers. Les articles sont écrits par un groupe d'amateurs et sont complétés par les résultats de dégustations faites à l'aveugle, avec les adresses des vignerons et le prix des bouteilles. Contact : Le Rouge et le Blanc, Les Éditions du vin, 6 bis, rue Fournier, 92110 Clichy.

Diffusion juin 1999