

**Le vin et l'Europe,
débat organisé par *Notre Europe***
**La mondialisation du vin : une œuvre
historique européenne**

JEAN-CLAUDE MARTIN

Jean-Claude MARTIN
économiste, Agro-Montpellier

La mondialisation du vin : une œuvre historique européenne

En ce début du XXI^e siècle, la viticulture européenne traverse de fortes turbulences attribuées à la concurrence de vignobles situés hors de l'Europe. Face à cette évolution dénommée mondialisation, les vignerons manifestent de fortes inquiétudes, sans toujours en déceler les véritables mécanismes historiques. Comme de nombreux autres « fleurons » de l'industrie européenne, le vin s'est d'abord développé selon un axe d'expansion initié, maîtrisé et promu par des Européens. La mondialisation du vin est le fruit de dynamiques commerciales, culturelles et scientifiques séculaires, de politiques volontaristes, raisonnées, et non le résultat d'une soumission à des forces économiques extérieures aux intérêts européens. Ce texte présente une lecture historique et synthétique de cette « conquête méthodique¹ », articulée autour de trois phases : la réception, la création et la diffusion de la viti-viticulture.

¹ En 1896, à Londres, Paul Valéry fait un exposé intitulé Une conquête méthodique, pour expliquer le succès industriel de l'Allemagne. Paris, NRF, 1925.

A l'occasion de la publication par la Commission européenne de ses propositions sur la réforme de l'OCM vitivinicole et dans la foulée de son étude sur la viticulture languedocienne intitulée L'Europe et le vin : métamorphoses d'une terre d'élection, *Notre Europe* relance le débat sur viticulture et identité européenne.

La première phase, celle de la réception est bien documentée par les historiens de la vigne et du vin, qui ont montré comment, ayant reçu la vigne du Proche-Orient, l'Europe est devenue le creuset de la viticulture dans le monde. Notre réflexion démarre avec la seconde phase, celle de la création, qui prend son essor dès le haut Moyen-âge, jusqu'à l'apogée des XVIII^e et XIX^e siècles. La remarquable créativité des Européens en matière de viticulture s'exerce dans deux champs – le matériel et l'immatériel – dont la conjugaison assure une extraordinaire vitalité et pérennité aux vignobles du vieux continent. Le premier champ correspond au matériel végétal (cépages) et aux produits de la vigne (les vins, élaborés selon des procédures extrêmement diverses). Le second traduit l'esprit de finesse et de méthode consacré au vin par les Européens. Il correspond à la création d'un patrimoine culturel, fondé sur la construction de savoirs et de notoriétés – œuvre de longue haleine qui assura pour longtemps une rente financière aux vins européens. Nous analyserons ensuite la troisième phase, celle de la diffusion de ce patrimoine hors de l'Europe – opération habilement maîtrisée par les Européens.

Les grandes créations viticoles européennes

Qu'est ce que le vin ?

La production de raisins est fort répandue depuis longtemps dans le Monde. Pourtant, c'est en définitive la boisson fermentée qui retient l'attention des Européens et qui oriente toute la construction de la viticulture européenne. Le vocable de vin désigne tout d'abord une boisson fermentée obtenue par le traitement d'une matière végétale agricole, céréale ou fruit. Les Européens ont manifesté au cours des siècles une grande créativité quant à l'usage des fruits, l'Asie privilégiant quant à elle les céréales (la Chine antique apprécie le vin, mais celui issu du riz, comme complément festif du thé). C'est seulement à la fin du XIX^e siècle qu'un pays européen, la France, relie de manière exclusive le vin au raisin et met en place une approche législative en conséquence (Loi Griffon 1889, puis décret de 1921²). Le vin est alors une boisson obtenue par la fermentation totale ou

2 Décret de 1921 : art. 1 : Aucune boisson ne peut être détenue ou transportée en vue de la vente, mise en vente ou vendue sous le nom de vin que si elle provient exclusivement de la fermentation du raisin frais ou de jus de raisin frais. Sont également définies les limites en acidité volatile et autres maladies.

partielle de jus de raisin frais. Cette définition est aujourd'hui acceptée mondialement même si subsistent encore quelques lieux officieusement réfractaires.

Cette contrainte d'exclusivité uvale résulte d'une longue histoire où se croisent des préoccupations publiques de santé, d'hygiène et de sécurité alimentaire et des politiques commerciales (lutte contre les fraudes). Très sommaire, la définition du vin retenue par le législateur français ouvre la voie à une industrialisation de la viticulture européenne, en étroite relation avec les progrès scientifiques amorcés à la fin du XVIII^e siècle. Sensible en particulier la question de l'alcoolisme, cette législation soumet le vin aux exigences de la société en termes de santé. Dans le même temps, axée sur le raisin frais, cette définition sensibilise à la question de l'origine spatiale du fruit, et, par ricochet, à l'origine des producteurs de vins. C'est ainsi que se font jour des dimensions identitaires valorisantes pour les vigneron. On touche là à l'origine de la mise en place progressive d'un modèle européen du vin à structure binaire avec des vins élaborés selon des références industrielles et des vins bénéficiant d'une notoriété séculaire attachée à un territoire donné. Ce sont ces derniers qui donnent naissance au concept d'Appellations d'Origine Contrôlée en France et à celui de Vins de Qualité Produits dans des Régions Déterminées, en Europe. Concept à la fois combattu et adapté dans nombre de pays extra-européens.

La construction du patrimoine viticole européen

Les outils pour la production

Venues du Proche-Orient par voie terrestre et maritime, de multiples variétés de vigne atteignent l'Europe. La place remarquable que le vin occupe dans les civilisations grecques et romaines et dans la religion chrétienne explique en partie la grande attention intellectuelle dont bénéficie la vigne. Cet intérêt se perçoit dans tous les ouvrages des

agronomes de l'Antiquité, où apparaissent de longues listes de variétés, accompagnées d'indications qualitatives sur la plante et sur les raisins. Bien peu sont utilisables de nos jours, mais le ton est donné pour des siècles.

Depuis la colonisation romaine, l'activité créatrice autour des cépages n'a cessé de se développer. Hasards de croisements végétaux, empirisme vigneron, démarche scientifique plus tard, ont créé une remarquable diversité qui a servi de base à l'encépagement actuel. Au XVIII^e siècle, le développement de la botanique comme science permet un saut fondamental dans la connaissance et dans l'affirmation de ce patrimoine génétique ; l'ampélographie en est la version viticole. Partout en Europe, les savants se penchent alors sur l'identification des variétés cultivées, s'attachent à réordonner les nomenclatures locales : les collections de vignes et les ouvrages sur le sujet se multiplient. L'ampélographie scientifique est une œuvre européenne. Cette mobilisation de la science assure aussi la valorisation sélective du matériel végétal et initie la réflexion sur les aptitudes des cépages en fonction des terroirs. L'Europe a établi les fondements d'une viticulture mondiale, un patrimoine des cépages universels, mis à la disposition de tous au cours du XX^e siècle, elle a ainsi semé les graines d'une concurrence et de ce qui est perçu comme une menace par les vignerons européens du XXI^e siècle.

La constitution de savoirs techniques dans les vignobles et dans les caves constitue la deuxième assise du patrimoine viticole européen – celle attachée à la culture technique du vigneron. Depuis les Géoponiques et les agronomes latins, l'Europe dispose d'une longue tradition agronomique. Les traités sur la vigne et le vin abondent. La chimie apporte au vin ce que la botanique avait donné à la vigne. Tous les chimistes célèbres des grands pays viticoles se sont penchés sur le mystère de la fermentation alcoolique : la controverse entre Liebig et Pasteur nous enseigne l'utilité des croisements de disciplines scientifiques, pour aboutir à la biochimie.

L'engagement des scientifiques ne cessera pour accompagner ou modérer les choix techniques des vignerons, bien que ces hommes, hormis quelques figures emblématiques comme Chaptal ou Pasteur, soient peu connus de nos jours.

Les savoirs techniques gravitent autour de deux conceptions de l'intervention humaine sur le vin : l'œnologie préventive et l'œnologie curative – sorte de transposition au vin des principes de la médecine humaine héritée de Galien. Car le vin est une boisson 'vivante', soumise comme le corps humain à des maladies, à des altérations, à des modifications frauduleuses. Or, avec le développement des échanges, de la commercialisation à longue distance – dans des conditions parfois délicates – le vin est vulnérable à diverses altérations et maladies le rendant impropre à la consommation.

La notoriété

Le vin n'est pas confiné à l'univers de l'alimentation et de la santé. Référence culturelle, il agit aussi comme marqueur social, instrument de « distinction ». La notoriété correspond donc à une construction sociale, une qualité immatérielle propre à orienter et à stimuler la demande du consommateur. En termes économiques, la notoriété est source d'une rente d'autant plus stable qu'elle est construite sur des fondements originaux et documentés.

Lorsqu'il étudie le vignoble de Bordeaux, Olivier de Serres est enthousiasmé par l'implication de l'aristocratie et des parlementaires de Guyenne dans l'élaboration des vins. Il en déduit même que la qualité du vin est liée à la qualité du producteur. Situés au sommet de la hiérarchie sociale, ces parlementaires passionnés disposent de nombreux leviers pour construire la notoriété de leurs vins. Montesquieu a très bien formulé le mécanisme du « transfert de notoriété ». Viticulteur à La Brède et ardent défenseur des vins de Bordeaux, il se demande avec une malicieuse coquetterie, en 1725,

si ses vins ne doivent pas leur réputation à ses livres, ou, inversement, ses livres à ses vins. Ces figures du passé offrent un remarquable réservoir de référence aux stratégies commerciales actuelles (pour l'anecdote, l'unique magnum de vin français présenté lors de la foire aux vins de Carrefour, à Shanghai en 2007, portait l'étiquette « Baron de Montesquieu – Vin de Bordeaux »). La dimension patrimoniale du vin est ainsi très largement exploitée par les hommes de communication et de marketing, qui récupèrent les traces des préférences impériales ou royales, la référence aux grands hommes amateurs de vin (Jefferson, etc.) afin d'asseoir la réputation de leurs vins. Notons que l'impact des élites internationales contemporaines est plus ambigu : la soif d'ostentation de certains « nouveaux riches » pouvant contrarier ces stratégies de valorisation.

Car le vin puise aussi sa notoriété avec dans les œuvres de l'esprit, celles qui résistent le mieux au temps. Montesquieu mérite d'être redécouvert dans sa dimension vigneronne. Fixons notre attention sur les grands philosophes du siècle des Lumières qui ont parcouru l'Europe : Locke et Voltaire, par exemple, manifestent un vif intérêt pour les grands vins universels, comme ceux de Muscat. D'autres auteurs s'attardent sur leurs préférences, comme Colette avec les grands crus de Bourgogne. Le vin est la seule boisson bénéficiant d'une telle attention dans la littérature européenne. A partir de la fin du XX^e siècle, les références changent, les images s'affirment au détriment de l'écrit. Les acteurs de cinéma deviennent des acteurs importants de la reconnaissance des vins ; certains vignobles achetés par eux sortent ainsi de l'ombre.

La diffusion mondiale du patrimoine viticole : une conquête méthodique

L'expansion de la culture du vin dans le monde est le fruit d'une diffusion de leur patrimoine organisée par les Européens. A chaque époque ses acteurs, ses cadres politiques, institutionnels et économiques. Lors de la phase coloniale, ce sont les structures religieuses qui jouent un grand rôle. Le développement des sciences redonne ensuite la main aux Etats, en particulier via les organismes d'enseignement et de recherches. Actuellement, ce sont les acteurs privés et les structures techniques qui impulsent et orientent cette diffusion des savoirs, en fonction de leurs objectifs propres et selon leur échelle financière.

Le poids des religions

Le christianisme assure la pénétration de la vigne en Europe, en s'appuyant sur un schéma culturel qui sacralise le vin. A partir du XVI^e siècle, il poursuit ce rôle sur d'autres continents. Les missions catholiques sont les foyers de diffusion du savoir-faire ibérique en Amérique latine. Les cépages d'Espagne, des Baléares, s'implantent dans les réseaux des ment

blissements agricoles – les vignes locales étant peu appréciées et encore sauvages. Les grands ordres religieux sont ainsi à l'origine des vignobles du Mexique, depuis la basse Californie et sur l'ensemble ouest américain. Franciscains, dominicains et jésuites diffusent sur tout le continent américain, et au-delà, le savoir-faire viticole européen et - surtout - un attachement tenace à l'univers du vin. Leur succès est remarquable, malgré les oppositions ponctuelles de la Royauté espagnole, sensible au danger de perte de marché et de concurrence nouvellement créée.

A la période des guerres de religion en Europe, les protestants alimentent un fort courant migratoire à partir notamment des régions viticoles du sud de la France. Ils sont détenteurs d'un remarquable savoir-faire viticole. Leur passage dans l'Europe des marchands bataves ou germaniques les insère dans les réseaux du commerce maritime international. Les Huguenots implantent ainsi des vignobles en Afrique du Sud, à Constanca, etc. Ils recréent des vins de type européen dont la notoriété perdure encore en 2007.

De l'Europe centrale, migrent des populations entreprenantes, dont des juifs austro-hongrois au début du XIX^e siècle. Ceux-ci établissent des vignobles dans les régions de l'est des USA. Leur niveau culturel élevé facilite leur familiarité avec la science, l'ampélographie, et les échanges avec les grands botanistes de Londres. Lors de son séjour aux Etats-Unis, en 1873, Planchon bénéficie de leur aide pour enrayer la crise phylloxérique : ce sont les pépinières du Missouri, de Bush et Meissner, qui lui fournissent les vignes à greffer, salvatrices des vignobles européens.

Les organismes d'enseignement et de recherches

L'apparition des grands fléaux de la vigne, l'oïdium puis le phylloxera, amorce une forte implication des Etats dans la viticulture. A la fin du XIX^e siècle, sont mis en place quelques grands centres de formation et de recherches (Bordeaux, Montpellier, Dijon en France). Au début du XX^e siècle déjà, P. Gervais, Président de la Société des Viticulteurs de France et

grande personnalité du monde viticole européen lance un avertissement aux viticulteurs sur l'émergence d'une concurrence des vignobles du Chili, d'Argentine et de Californie (notons que les migrations familiales européennes facilitent à cette époque les échanges - civilisation et langues étant communes à l'Europe et à de nombreux pays du nouveau monde). Les échanges s'étant intensifiés, les Universités et les Instituts de Recherches du monde viticole sont aujourd'hui interdépendantes. Les banques de données et les résultats des recherches sont accessibles en temps réel. L'attraction des vignobles dits du « Nouveau Monde » permet de nos jours une grande ouverture d'esprit et de compétences aux étudiants et jeunes diplômés européens.

Les entreprises privées participent de plus en plus à cette diffusion de patrimoine intellectuel. En ce début du XXI^e siècle, les sociétés de services, de conseil en viticulture et en œnologie trouvent dans l'internationalisation, une alternative positive à la morosité des marchés européens. Le flying-wine-maker est devenu le symbole de l'uniformisation internationale du goût du vin. A l'autre extrême, l'œnologue gourou et son engouement pour des vins rares et inaccessibles incarne les travers d'un degré parfois exagéré de « personnalisation » de ce goût du vin. La presse scientifique et technique développée par les sociétés savantes et par les universités diffuse quant à elle interrogations et connaissances dans le monde entier (avec le réchauffement climatique, la connaissance des comportements de la vigne en situation de stress hydrique a, par exemple, progressé rapidement ces dernières années).

Les grandes entreprises viticoles européennes

Certaines analyses qui privilégient une approche en termes de territoire ont parfois tendance à sous-estimer les dynamiques d'entreprises. Or, si les Etats et l'UE s'efforcent d'endiguer le recul de certains vignobles européens, les grandes entreprises viticoles européennes ont elles aussi un grand rôle à jouer dans la conquête à l'échelle de nouveaux marchés à

l'échelle mondiale. Leurs succès commerciaux passent par leurs exportations mais aussi, de plus en plus, par des dynamiques d'investissements à l'étranger.

Les grandes wineries contemporaines appuient leur stratégie sur un modèle mis au point en Europe après le phylloxera- un modèle de production industriel, sans, à ce jour, oser appliquer la stratégie d'une production en continu, de type brasserie, suggérée dans les années 1930, par des technologues français (Professeur Ventre) . Leur modèle scientifique est également héritier de l'œnologie pasteurienne. Ces entreprises se développent sans se soucier des contraintes progressivement établies par les réglementations nationales et européennes : liberté absolue de choix de cépage, liberté d'identification dans la mesure où la santé du consommateur n'est pas menacée. Les cépages universels rayonnent dans le monde. D'autres plus confidentiels connaissent une renaissance. Tel est le cas du cépage Tannat en Chine, le Malbec ou le Colombar en Amérique latine. Les hybrides interdits en Europe – Seibel ou Vidal – sont, par exemple, subtilement valorisés au Canada, avec les vins de glace. Le nom des cépages peut être mentionné sur les étiquettes des vins du Nouveau Monde – ce que l'Europe encadre très strictement.

Certaines de ces entreprises ne se privent pas de magnifier leur enracinement européen, source de la notoriété d'un certain nombre de leurs vins. Elles ont adopté la marque comme modèle de reconnaissance par le consommateur. Dans leurs gammes mises en marché, elles structurent une pyramide des vins sur les prix affichés en dollar : « basic, premium, ultra premium, icon ». Mais, un système de défense leur est nécessaire lorsque la rente de certains vins est menacée. Dans ces cas, elles construisent un nouveau cadre juridique, base d'une revendication spatiale : par exemple, aux Etats-Unis, les AVA, aires viticoles autorisées, correspondent à une amorce du système des VQPRD.

Les formes d'expansion

Les grandes entreprises viticoles adoptent des formules de développement très variées, leur souplesse de gestion leur permettant de s'adapter aux conditions socio-politiques locales³. Certaines entreprises européennes font même le choix d'abandonner toute implantation européenne en termes de production, ne gardant un pied en Europe que pour leurs activités de recherche. La société Pernod-Ricard en est un bon exemple. Au second rang des leaders mondiaux en vins et spiritueux, elle détient, avec sa marque Jacob's Creek, l'une des toutes premières marques de vin au monde (en valeur). C'est aussi l'un des principaux soutiens privés français de la recherche œnologique en France.

D'autres sociétés augmentent leur patrimoine viticole en investissant directement partout dans le monde. La liste est particulièrement longue dans tous les grands pays viticoles européens. LVMH est en première ligne en Amérique, de l'Argentine à la Californie ; certains grands noms du Bordelais et du Bourgogne exportent leur conception de la qualité des vins ; certaines grandes familles – Freixenet, Raventos, Rothschild – avec leurs vignobles californiens, chiliens, argentins, sont les leaders d'une dynamique de création de vins de Cabernets, Syrah et Pinots, largement conçus par les grands œnologues internationaux. Dans les pays d'économie plus dirigée, les partenariats sont indispensables. C'est le cas de la Chine, où le négoce européen, grande distribution comprise, prolonge son activité via la création de joint-ventures.

³ Voir sur ce point les remarquables travaux de Rastoin et al. parus dans les éditions annuelles de *Bacchus*, publiées par Dunod.

Conclusion

Au fil des siècles, l'impact des transferts de cépage, de techniques, de notoriétés a abouti à une adaptation à l'échelle mondiale de références viticoles européennes. Le développement des sciences a permis d'établir durablement l'assurance de qualité des vins. Les grandes régions viticoles européennes sont aujourd'hui traversées par un affrontement entre deux modèles : l'un industriel ; l'autre que l'on pourrait qualifier de plus « conservateur », caractérisé par un attachement à la notion de « terroir ». L'emprise croissante de ce second modèle, auquel sont attachés, parfois abusivement, les attributs de la qualité et de l'authenticité, s'accompagne d'une réglementation législative relativement lourde (l'un des résultats surprenants de cette réglementation est, par exemple, l'interdiction de la mention du cépage pour les vins de table sans indication d'origine géographique...)

Il ne faut sans doute pas s'étonner dès lors de voir certaines entreprises européennes développer des stratégies commerciales globalisées afin de

recouvrir des marges de liberté propres à séduire de nouveaux consommateurs (recours aux marques, etc.). Il se pourrait bien qu'elles aient adopté comme maxime cette réflexion de Montesquieu : « le goût des étrangers varie continuellement, et à tel point qu'il n'y a pas une seule espèce de vin qui fût à la mode il y a vingt ans qui le soit encore aujourd'hui ; au lieu que les vins qui étaient pour lors au rebut sont à présent très estimés. Il faut donc suivre ce goût inconstant, planter ou arracher en conformité.⁴ ». Toutefois, il subsiste, pour l'Europe, une grande interrogation : qui osera adopter un modèle industriel intégral, avec des raisins et des moûts du monde entier, sans distinction d'origine, pour élaborer un vin de marque dont la seule identité sera celle d'une entreprise et non celle d'un territoire ? C'est là une question identitaire fondamentale pour la viticulture européenne.

4 Montesquieu (1727) Mémoire contre l'arrêt du Conseil du 27 février 1725 portant défense de faire des plantations en vignes dans la généralité de Guyenne. In La Pléiade t. 1.

Pour mettre en perspective cette analyse, voir aussi :

Le vin et l'Europe : métamorphoses d'une terre d'élection, par Aziliz Gouez et Boris Petric. Basée sur une enquête ethnographique conduite dans le Languedoc Roussillon, cette étude de Notre Europe analyse les bouleversements qui touchent à la production et à la consommation du vin depuis la mise en place de l'OCM. Plus particulièrement, elle s'intéresse aux perceptions des viticulteurs vis-à-vis de l'action de l'UE en matière viticole et éclaire ce-faisant les enjeux identitaires sous-jacents à la construction européenne et à l'intensification des échanges au niveau mondial.

Ainsi que les autres textes disponibles sur la page «débat» du site de *Notre Europe* (www.notre-europe.eu) :

- **Le vignoble bourguignon**, par Marion Demossier, anthropologue
- **Le vignoble de Cirò (Italie)**, par Vincent Fournier, anthropologue
- **Le vignoble bordelais**, par Jean-Claude Hinnewinkel, géographe
- **Les vignobles hongrois**, par Françoise Plet, géographe
- **Le vignoble aquitain**, par Philippe Roudié, géographe
- **Les vignobles du nord de l'Espagne**, par Eric Rouvellac, géographe

Avec le soutien de la Commission européenne : soutien aux entités actives
au niveau européen dans le domaine de la citoyenneté européenne active.



Éducation et culture
L'Europe pour les citoyens

La Commission européenne et Notre Europe ne sont pas responsables de l'usage qui pourrait être fait des
informations contenues dans le texte. La reproduction est autorisée moyennant mention de la source.