

**Le vin et l'Europe,
débat organisé par *Notre Europe***

**Les vignobles du nord de l'Espagne et du sud
de la France**

ERIC ROUVELLAC

Eric ROUVELLAC

géographe, Université de Limoges

Les vignobles du nord de l'Espagne et du sud de la France

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.

Une demi-douzaine de spécialistes de différents vignobles européens ont répondu à l'appel. Leurs contributions, denses et synthétiques, permettent de mettre en perspective les conclusions tirées de l'enquête de *Notre Europe* dans le Languedoc Roussillon. Elles apportent un éclairage pertinent sur les bouleversements identitaires et les renouvellements de stratégies induits par l'intégration européenne et l'intensification des échanges au niveau mondial.

J'ai étudié principalement les vignobles du sud-ouest de la France (essentiellement les AOC Cahors et Bergerac), ainsi que ceux du Languedoc et du nord de l'Espagne (Catalogne et Aragon). **Les vignobles du nord de l'Espagne se distinguent par l'ampleur des investissements et la modernité de la communication que les producteurs consacrent à leurs produits.** Cela se traduit jusque dans l'architecture des bodegas (l'appellation Somontano, dans le nord Aragon, est un bon exemple à cet égard). Si des initiatives similaires existent dans le sud-ouest de la France et en Languedoc-Roussillon, elles restent néanmoins beaucoup plus discrètes. Le cas du système coopératif est intéressant pour qui s'intéresse au monde vitivinicole. Certains analystes insistent sur la fin du mouvement coopératif en tant qu'idéologie. **Là où elles existaient, les caves coopératives se sont puissamment transformées et adaptées.** Elles sont en phase de restructuration et de concentration dans le Midi de la France, et restent des outils d'innovation et d'aide à l'installation pour les futurs embouteilleurs qui ne peuvent tout investir de suite dans le matériel nécessaire. Nombre

d'entre elles ont mis en place des **politiques de qualité et de communication**, et fonctionnent parfois comme les wineries ou bodegas du Nouveau Monde. Dans le même temps, on pourrait dire que ces dernières se rapprochent de la politique des coopératives en achetant les vendanges des producteurs de raisin qui ne peuvent ou ne souhaitent pas embouteiller – mais sans toutefois adopter la vocation sociale et politique qui caractérisent les coopératives du Languedoc-Roussillon.

L'impact de la concurrence des vins du Nouveau Monde sur les stratégies, les discours, les représentations des acteurs de ces filières viticoles est majeur, cela va sans dire. La stratégie consiste à s'adapter en essayant de ne pas y perdre son âme (cette dernière étant profondément liée au concept de terroir, qui s'oppose en théorie au concept de marque). Cependant, **alors que les vignobles européens se posent la question d'adopter les méthodes de communication du Nouveau monde, ce dernier explore les notions de terroir et d'appellation d'origine** (cf. la demande de jugement des vigneronns de Napa Valley en 2006 pour faire reconnaître cette dénomination, à l'image de ce que faisaient les Européens au début du XX^e siècle). « Champagne », « Cognac », « Armagnac », « Vin de pays d'Oc » et tant d'autres fonctionnent depuis très longtemps comme des marques¹. Là aussi nous pouvons observer que **l'opposition entre les deux discours autour du vin (« européen » versus « Nouveau Monde ») devient de moins en moins manichéenne** et que les deux approches se nourrissent l'une de l'autre. Les idées circulent aussi !

La mondialisation ne favorise pas toujours une prise de conscience des enjeux spécifiques aux viticultures européennes. Les vignobles européens les plus réactifs sont principalement les appellations de petites tailles (Sud-ouest de la France, Languedoc, Aragon par exemples...) et/ou de petites renommées. Les progrès (même inachevés) qu'elles ont déjà eu à accomplir afin de se restructurer autour d'objectifs de qualité sont tels que

¹ Voir à ce sujet l'ouvrage de J.P. Deroudille (2003), le vin face à la mondialisation.

les défis concurrentiels actuels ne sont qu'une étape supplémentaire – certes très importante – dans la conquête de nouveaux marchés. De grands vignobles, tels celui du Bordelais, semblent en revanche s'être alarmés tardivement – il y a à peine 3 ou 4 ans – alors que d'autres, tels le Bourgogne semblent vivre sur leurs acquis en attendant des jours meilleurs.

L'impact des transformations économiques sur les cultures locales (paysages, relations sociales) est visible depuis de longues années. Ainsi, la mécanisation a imposé une profonde modification de certains paysages viticoles : arbres isolés, haies, petites constructions ont été abattus pour laisser passer tracteurs et machines à vendanger. Toutefois, cette évolution n'est pas systématique : la notion de patrimoine vitivinicole à préserver et à valoriser est très présente dans les esprits, et s'affirme d'autant plus face à la concurrence internationale. D'ailleurs, depuis de longues années, et de manière de plus en plus marquée, **le tourisme n'est plus axé sur le vin *stricto sensu* mais sur la valorisation et la découverte des différents aspects d'une appellation** – au-delà de la récolte et de la vinification. Dans ces espaces on remarque que l'architecture des « maisons de vigneronns », très souvent ancienne et cossue, est de plus valorisée (cf. les bodegas de Somontano déjà citées ou encore le projet de label « villages viticoles » en Aquitaine).

Il y a fort à parier que le renouveau de la consommation et de la civilisation du vin viendra aussi des pays « nouvellement » producteurs (y compris des Etats-Unis, anciennement prohibitionnistes). **Lentement mais sûrement, de nouveaux segments de la population mondiale découvrent ce ferment de civilisation qu'est le vin.** Peut-être l'UE gagnerait-elle à s'inspirer de l'exemple espagnol, qui a déclaré le vin comme produit alimentaire, et à étendre cette initiative à l'ensemble des pays européens...

Pour mettre en perspective cette analyse avec les cas d'autres vignobles européens, voir les autres textes disponibles sur la page «débat» du site de *Notre Europe* (www.notre-europe.eu) :

- **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

Et 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.
- **La mondialisation du vin : une œuvre historique européenne**, par Jean-Claude Martin, économiste

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



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.

© *Notre Europe*, juillet 2007