

Arrivé à la fin de mon mandat de président et après 53 ans d'activité viticole et 104 vendanges dans cinq pays, j'ai pensé passer en revue les changements que j'ai vécus dans le monde du vin dans trois domaines qui sont interconnectés.

La communication, car comme disait Talleyrand : le vin, avant de le boire, on en parle

La consommation, très influencée par la communication.

La production qui navigue entre les contraintes du terroir et de la réglementation et les désirs des consommateurs influencés par la communication.

## **J'ai commencé mon activité à la fin des années 60**

### **En matière de communication**

Le seul livre sur la dégustation était Wine Tasting de notre regretté confrère Michael Broadbent, non traduit en français.

La Revue du Vin de France était largement publicitaire.

La promotion faisait une large place aux confréries bacchiques, fort sympathiques mais à l'historicité douteuse et dont les chansons à boire avaient peu à voir avec le vin noble.

Les grands châteaux n'hésitaient pas à raconter des légendes comme la référence à Henri IV au Château Cheval Blanc ou l'histoire des cailloux du vignoble qui décoraient à Versailles l'habit de cour du propriétaire de Château Margaux.

J'ai lu quelque part à ma grande surprise que le vignoble de Cos avait été créé par les templiers de l'île de Kos dans les Sporades.

L'œnotourisme était inexistant, du moins à Bordeaux.

Lors de mon premier jour à Cos d'Estournel j'ai vu dans la cour un couple de touristes hollandais qui cherchait visiblement à visiter.

La porte du bureau s'est entrouverte et le régisseur a crié « pas de visites » avant de refermer la porte.

**La consommation de vin** était surtout celle du gros rouge.

Les pêcheurs bretons chargeaient à bord 12 litres par homme et par jour de mer.

Les vigneron du Médoc recevaient contractuellement 56 l. de vin par mois.

Il y avait des amateurs très compétents mais souvent sur un seul type de vin, celui de leur région.

Un Médocain buvait rarement des Pomerol et presque jamais du Bourgogne.

Ce n'était qu'en Grande Bretagne que l'on pouvait trouver une grande variété de grands vins nobles.

**La production** de masse était industrielle.

Pendant mes études à Montpellier, quand nous visitions une cave coopérative du Languedoc, on nous servait le pastis plutôt que le vin local, issu du cépage aramon, qui finissait dans des marques commerciales comme Vieux Papes ou Kiravi.

En Argentine on utilisait surtout des vinificateurs continus, une invention française consistant en une tour en bas de laquelle on pompait du mout pour récolter du vin au sommet.

Certes les grands terroirs produisaient de très grands vins quand les conditions climatiques étaient favorables, mais pour la plupart ils appliquaient des recettes de vinification héritées de la tradition locale sans les adapter aux circonstances de l'année.

Beaucoup de maîtres de chais ne croyaient pas à la fermentation malolactique. Celui de Cos n'autorisait pas la présence de femmes dans le chai. Chacun sait qu'elles font tourner le vin.

Il y avait bien des œnologues. On les appelait les chimistes et n'avaient recours à leurs bons soins que quand le vin était déjà piqué.

**Les Années 70** marquèrent le début d'une évolution très rapide.

### **Communication :**

Le jugement de Paris de notre regretté confrère Stephen Spurrier voit des vins de Napa préférés à l'aveugle à des grands Médocs. Les certitudes et la confiance dans les valeurs établies s'en trouvent ébranlées.

Les producteurs américains contestent le rôle du terroir et mettent en avant le cépage. Ils affirment avec autorité leur supériorité technologique.

On ne parle plus que de cuves inox et de pH.

L'information essentielle devient le pourcentage de bois neuf et celui de chêne français et de chêne américain.

### **Consommation :**

La baisse de la consommation du vin s'amorce.

Elle passera en France de 150l. par an et par habitant en 1950 à 100 l. en 1975 et 40 l. aujourd'hui. Des marchés nouveaux s'ouvrent : les USA boivent surtout du Gallo Hearty Burgondy mais la Californie commence sa renaissance avec de grands cabernets sauvignons et chardonnays

En revanche l'Asie reste à conquérir. Lors de mon premier voyage à Hong Kong en 1972 un importateur local m'a dit « il n'y a que les anglais qui boivent du vin et ils vont partir donc vous pouvez oublier Hong Kong ».

Il n'était pas très clairvoyant.

### **Production :**

Les grands crus de Bordeaux, qui étaient vinifiés par des maitres de chais sans formation scientifique, s'entourent des conseils compétents d'œnologues de l'Institut d'œnologie comme notre confrère Jean-Noël Boidron.

De grands progrès arrivent dans les caves en matière d'hygiène, de réception de vendange, de chaînes de mises en bouteilles.

Mais dans le vignoble certains choix nous paraissent aujourd'hui malheureux : replantations en matériel clonal, tracteurs lourds tassant le sol, désherbage chimique, produits de traitement systémiques.

On trouve normal, voir souhaitable, de faire chaque année le plein du rendement autorisé par l'INAO.

A Bordeaux la décennie 70 fut froide et la chaptalisation quasi indispensable tous les ans pour les Cabernets Sauvignons.

### **Pour les grands vins de Bordeaux et du Monde les décennies 80-90 et 2000 peuvent être appelées les trente glorieuses.**

#### **En matière de communication**

Le phénomène Parker va marquer durablement l'univers du vin.

Le déclencheur de son immense influence sera son avis très positif le millésime 1982 de Bordeaux que Bob Finnigan, qui faisait alors autorité aux USA, avait déprécié.

Alors que nos amis MW, par tradition britannique, sont toujours très nuancés dans leurs commentaires, Bob Parker est tellement enthousiaste sur les vins qu'il aime qu'après avoir lu sa critique on a envie de se précipiter chez le caviste pour acheter une caisse.

Il a formidablement contribué au développement de l'intérêt pour le vin dans le monde.

Je parle ici surtout de Bordeaux car les bourguignons ont su le tenir à l'écart. Mais le système de la notation sur cent va transformer la viticulture en compétition sportive.

Les tarifs des cavistes ont une colonne pour le prix et une autre pour la note Parker.

Les livres et les revues de qualité se multiplient.

Emile Peynaud publie Le Gout du Vin

Notre confrère Michel Bettane transforme la Revue du Vin de France avec des notes de dégustation toutes en finesse.

Jean-Paul Kaufmann crée l'Amateur de Bordeaux centré sur la dimension culturelle du vin.

La compétition s'exerce aussi dans le domaine de la sommellerie avec le concours de meilleur sommelier du monde, titre gagné en 1995 par un japonais, Shinya Tasaki.

Des grands chefs comme notre regretté confrère Alain Senderens revisitent les accords des vins et des mets.

L'œnotourisme connaît un grand développement, la Californie donnant l'exemple avec Robert Mondavi.

### **Que devient le consommateur dans ce paysage nouveau ?**

Le vin boisson s'effondre dans les pays fortement consommateurs ou l'on boit moins mais mieux.

Les clubs de dégustation fleurissent.

On ne boit pas beaucoup de vin mais on en parle, avec des descriptions olfactives si savantes que certains consommateurs se sentent humiliés de ne pas reconnaître l'abricot de Californie dans l'arôme d'un viognier.

Je me souviens d'une dégustation à Dallas. Je parlais de la complexité du bouquet de Cos d'Estournel. Un texan typique leva la main « what do you mean by complexity ? ». Je me lançais dans une explication confuse. Il leva la main de nouveau « can't you make it simple ? ».

De nouveaux modes de consommation apparaissent, aux USA d'abord où on se sert un verre de vin à tout moment de la journée et pas forcément lors d'un repas ; au Japon ensuite où des jeunes femmes, qui ne travaillent pas et gèrent l'argent du ménage, se retrouvent entre amies au restaurant et boivent du vin car il serait mal vu de boire du saké ; en Chine enfin, où le vin rouge devient un symbole de réussite sociale et le Château Lafite un cadeau prestigieux.

Cette mondialisation entraîne une hausse des prix des grands vins dont la production est forcément limitée par l'exiguïté de leur terroir.

Qui dit hausse des prix dit spéculation et les grands vins deviennent des objets de luxe achetés en primeur et revendus quelques années plus tard chez Christie's ou Sotheby's.

Les vrais amateurs ne peuvent plus se les offrir et découvrent des pépites encore accessibles dans des régions ou des pays nouveaux donnant ainsi une chance a des vigneron de grand mérite.

### **La Production aussi évolue très vite.**

Certains producteurs n'ont qu'un objectif : avoir un 100 Parker.

Ils engagent des Flying winemakers qui leur font diminuer les rendements, vendanger en sur maturité, extraire au maximum en vinification, élever sur lies en barriques neuves, parfois avec 200 % de bois neuf.

Certains « vins de garage » sont effectivement très impressionnants dans les dégustations en primeur même si aujourd'hui ils n'ont pas tenu leurs promesses au vieillissement, faute sans doute de provenir d'un grand terroir.

Ces grands terroirs traditionnels se remettent en question.

Ils sélectionnent drastiquement à la table de tri et à la cave, ne produisant en Grand Vin qu'une partie de leur récolte, le reste en deuxième et troisième vin.

Comme les AOC se vendent bien l'INAO en crée beaucoup et agrandit les plus anciennes. C'est un peu le raisonnement selon lequel en donnant le baccalauréat à tout le monde on mettra fin au chômage.

A Bordeaux, L'Entre Deux Mers qui produisait du Sémillon, exporté en wagon citerne en Allemagne pour faire du sekt, est reconverti en Cabernet Sauvignon mal adapté au terroir.

Le nom de château se banalise et s'étend à beaucoup de régions. Faut-il rappeler que ni Cos d'Estournel ni Leoville Lascazes n'ont le terme château sur leur étiquette.

A côté des grands classiques de Bordeaux ou de Bourgogne apparaissent des vins iconiques en Californie avec nos confrères Paul Draper et Michael Silacci, en Piémont avec notre confrère Angelo Gaja, en Toscane, en Argentine, Au Chili, en Australie, en Afrique du Sud.

Vinexpo à Bordeaux devient la vitrine de cette mondialisation.

### **Nous voici au XXIème siècle ?**

#### **Les réseaux sociaux et les applications ont changé la communication**

Les blogueurs deviennent les influenceurs.

Des applications comme Vivino remplacent le discours convenu des contre étiquettes.

Dans l'art contemporain le discours et l'intention de l'artiste deviennent plus important que l'œuvre. De la même façon certains vigneron deviennent des vedettes et tiennent des propos philosophiques ou poétiques parfois avec grand talent comme Marie-Thérèse Chappaz à Fully.

On ne parle surtout plus d'œnologie scientifique. Après avoir promu des cuves cylindriques en inox, puis coniques en bois on s'enthousiasme pour des cuves ovoïdes en ciment et l'on prétend faire du vin naturel qui ne soit pas du vinaigre. Comme en religion on voit apparaître des intégristes qui dénoncent les pratiques des autres pour valoriser les leurs. La biodynamie n'a pas besoin pour se faire connaître d'accuser Bayer d'avoir produit les gaz des camps d'extermination nazis et Monsanto d'avoir inondé le Vietnam d'agent orange comme le fait Willy Kiezer dans son livre « Le vin et la biodynamie ».

### **Ces discours ont un effet sur la consommation**

Certains consommateurs ne veulent plus boire des vins sulfités, ou collés au blanc d'œuf.

D'autres, au nom de l'empreinte carbone, ne veulent plus des bouteilles en verre ou des vins qui ont voyagé.

Des modes nouvelles apparaissent comme celle du rosé de Provence ou du Prosecco.

De nouveaux modes de consommation peuvent surprendre : au Niki Beach de Saint Barth j'ai vu des consommateurs basculer la tête en arrière pour que deux serveurs leur versent à la fois dans la gorge du Dom Perignon et du Château Minuty.

A côté de ces excès on trouve de plus en plus de vrais passionnés. Les concours de dégustation des Grandes Ecoles en France montrent un niveau de connaissance étonnant chez ces jeunes étudiants des deux sexes qui deviendront des leaders du monde des affaires ou de la politique, mais beaucoup de leurs camarades ne boivent pas de vin et tombe dans le binge drinking lors des soirées.

L'œnotourisme explose comme la vente directe et la vente en ligne.

### **Chez les producteurs la prise de conscience du défi environnemental est profonde.**

La viticulture de précision se met en place avec des drones pour contrôler la vigueur et localiser les traitements.

Des précurseurs comme notre collègue Bourguignon ont fait prendre conscience de la fragilité des sols et de l'importance de leur vie microbienne.

De même le microbiote de la cave est devenu un facteur majeur de qualité.

Une réflexion se met en place sur les conséquences du réchauffement climatique. On envisage de nouveaux cépages, de nouveaux modes de conduite, des relocalisations en altitude ou en latitude.

Surtout on revient vers des vins équilibrés et fins, ces vins dont notre regretté confrère Jacques Puisais disait qu'ils ont de la redemande, des vins représentatifs de leur terroir, des vins plaisir, des vins émotion.

## **Conclusion**

Les très grands vins n'ont jamais été aussi bons et aussi prospères mais sont devenus des objets de placement financier et sont rarement débouchés alors qu'ils n'existent que pour être bus et donc détruits.

Il n'y a jamais eu autant de bons vins partout dans le monde mais la consommation baisse et souvent les vigneronns sont dans des situations économiques très difficiles.

Il faut regarder les choses en face. Le vin est une boisson alcoolique et son succès depuis des millénaires vient certes de son goût exquis mais surtout de son extraordinaire pouvoir euphorisant et anxiolytique célébré par tous les poètes. Rappelons-nous le fameux « enivrez-vous » de Baudelaire.

Notre époque a mise au point des drogues autrement plus dangereuses et autrement plus addictives que l'alcool. Après le Canada l'Allemagne va autoriser la libre consommation du cannabis. Cela aura des effets négatifs sur la consommation de vin.

J'ai toujours pensé que l'amateur de vin était le contraire d'un alcoolique : l'alcoolique boit pour oublier, l'amateur de vin boit pour se souvenir.

Le vin n'est plus ni une drogue ni un aliment c'est une source de plaisir organoleptique, d'expérience culturelle et de convivialité. C'est précisément cette vision du vin qui intéresse l'AIV et que nous devons plus que jamais défendre.