

Thème 1 - La mondialisation en fonctionnement

Chapitre 2

Le vin dans le mondialisation

Introduction

Le vin, produit culturel par excellence, longtemps symbole des civilisations méditerranéennes, est aujourd'hui l'un des produits les plus mondialisés. La France reste une référence en matière de qualité mais de nouveaux producteurs sont apparus depuis une trentaine d'années : Etats Unis, Chili, Afrique du Sud, Inde, voire Chine, etc. On les appelle souvent les vins du Nouveau Monde. Entre ces vins et les vins dits de terroir, tels qu'on en trouve en France, en Italie et dans quelques autres lieux d'Europe il y a plus qu'une différence de qualité : une philosophie de la vie, une vision du monde, ce que Jonathan Nossiter démontre avec brio dans *Mondovino*.

En effet, le vin est entré dans une nouvelle dimension, celle de la mondialisation qui, comme dans tous les domaines, se traduit par une véritable mise en concurrence des territoires. Le consommateur se trouve face à un choix qui n'a jamais été aussi important.

Paradoxalement, tandis que la culture de la vigne ne cesse de se développer, que la production augmente, la consommation, elle, a tendance à reculer. Il en résulte une concurrence accrue, notamment du fait de la compétitivité des pays du Nouveau Monde.

Étudier le vin revient donc à réfléchir aux enjeux de la mondialisation, en terme de qualité, de culture et de territoires.

I L'histoire du vin recoupe celle de la mondialisation

A L'Europe au cœur de la culture du vin

La culture du vin naît au Néolithique dans les régions montagneuses du Proche Orient (Croissant fertile) : des jarres datant de 5 400 à 5 000 av. J.-C ont été retrouvées dans la région des Monts Zagros. Par la suite, la culture de la vigne s'inscrit dans l'histoire européenne et méditerranéenne : dès l'antiquité grecque, les amphores traversent la Méditerranée ; puis les Romains diffusent la vigne et le vin autour de la Méditerranée, au fur et à mesure que s'étend l'Empire. Le classement

de Pline préfigure la classification en crus. A l'époque, faire du vin est un signe de distinction d'où le développement de vignobles de qualité, autour de Rome notamment. Se mettent en place les ingrédients qui permettent l'essor des grands vignobles au moins jusqu'au XX^e siècle : une élite riche et raffinée qui souhaite boire d'excellents vins, la création d'un langage spécifique autour du vin, des terres objets d'investissements importants, la possibilité d'exporter grâce à un climat politique et économique favorable.

Au Moyen Âge, les centres de production se multiplient mais les éléments participant à la création d'un grand vignoble restent les mêmes qu'à l'époque romaine à quelques exceptions près : le tonneau remplace l'amphore, le vin - produit dans des territoires très au nord vieillissant mal - est consommé jeune, le vin rouge l'emporte sur le blanc au XIV^e siècle. Les échanges sont plus faciles, la concurrence s'accroît, certains vignobles disparaissent : la limite nord de la viticulture se dessine. Là encore, les élites jouent un rôle déterminant, qu'il s'agisse de bourgeois et de nobles comme Philippe le Hardi en Bourgogne ou de l'Eglise (exemple : le Clos Vougeot, fondé par Abbaye de Cîteaux au XII^e siècle).

B La colonisation diffuse la viticulture

En partant à la conquête du monde au XVI^e siècle, les Européens cherchent à planter des vignes partout, à la fois pour leur consommation et pour le culte catholique. Ainsi, au Mexique, des vignes sont plantées en 1524 par les conquistadors et les missionnaires. Plus tard, des Huguenots plantent des vignes en Afrique du Sud et au Québec, au XVII^e on en installe dans les colonies américaines et en Océanie, au XVIII^e en Australie. Au milieu du XIX^e siècle, l'Europe est le principal centre de production et de consommation.

C Le vignoble européen : de la crise à l'encadrement

A la fin du XIX^e siècle, la vigne européenne traverse une très grave crise. A l'origine du marasme, le phylloxéra, une maladie cryptogamique (comparable au mildiou ou à l'oïdium) véhiculée par le puceron éponyme, qui ravage les vignes européennes, françaises en particulier. La maladie provient des Etats Unis où elle sévit depuis le milieu du siècle. Il n'y a d'autre solution que d'arracher les plants infectés : en France, les surfaces plantées passent de 2,874 millions d'hectares en 1874 à 1,624 million en 1912. Le sud (Languedoc) est très durement touché. La disparition totale du vignoble est évitée de justesse, grâce à la greffe de plants américains qui avaient résisté à la maladie. La crise transforme la viticulture en profondeur : l'État commence à encadrer la production par des normes plus contraignantes, les vignobles, désormais moins denses, sont replantés de manière géométrique afin de favoriser la mécanisation, des variétés hybrides sont introduites tandis que l'utilisation des produits phytosanitaires se développe.

Le phylloxéra n'explique pas seul la crise profonde dans laquelle la culture du vin se trouve au début du XX^e siècle : les importations anarchiques, les pratiques frauduleuses (des composants interdits comme le plâtre, le chlorure de sodium, les colorants sont trouvés dans les vins, l'adjonction d'alcool et/ou le mouillage sont courants) et la surproduction sont aussi en cause. Il en résulte une chute des cours qui provoque la révolte des vignerons. En 1907 le "Midi rouge" se soulève, en 1911 c'est au tour de la Champagne.

Enfin, le développement du chemin de fer et l'urbanisation contribuent à leur tour à modifier la structure viticole des pays producteurs. En effet, la croissance urbaine favorise la spécialisation de certains vignobles dans la production de masse. C'est le cas du Languedoc, des Pouilles en Italie et la Mancha en Espagne. Le chemin de fer permet de transporter ces vins vers les centres urbains à moindre coût. En conséquence, les vignobles les plus au nord disparaissent. Seul le vignoble champenois subsiste, tandis que des vignobles plus au sud mais mal desservis par les transports voient leur production s'effondrer (vignoble d'Auvergne, du Périgord, de la basse Bourgogne...).

D La mise en place d'une protection collective de la production

Jusqu'à la Révolution, le vin était cher et peu abondant, c'était un breuvage aristocratique ou réservé à l'exportation pour des clients fortunés (bourgeois anglais et du Nord de l'Europe). Certes, au XIX^e siècle, les grands vins restent prisés par une élite de connaisseurs cultivés et fortunés, mais la consommation populaire se développe tout au long du siècle, le vin devient un produit de consommation courante, le breuvage des travailleurs chez lesquels l'alcoolisme fait des ravages comme le montre bien Émile Zola dans *l'Assommoir*. En 1904, la consommation annuelle des Français est évaluée à 127 litres par habitant (48 en 2009). Mais la demande est satisfaite au prix du sacrifice de la qualité : en un siècle, la surface du vignoble français double et la production triple. La majorité des vins consommés à l'époque seraient jugés imbuivables aujourd'hui. La crise du début du XX^e siècle permet aux pouvoirs publics et aux professionnels d'imposer des normes pour redresser la qualité des vins.

En ce domaine, la France met en place un ensemble de mesures de référence. Ainsi, la Loi de 1905 sur la répression des fraudes - toujours en vigueur de nos jours - qui définit le vin comme " un produit exclusivement issu de la fermentation alcoolique du raisin frais ou du jus de raisin frais " permet une protection collective de la production. Elle est complétée en 1907 par Georges Clemenceau au moyen d'un texte rétablissant la taxe sur le sucre afin de décourager la chaptalisation. En 1924 est créé l'OIV (Office International du Vin, une organisation intergouvernementale devenue en 2001 l'Organisation Internationale de la Vigne et du vin). Le classement systématique des vins par qualité se développe progressivement. Dès 1855 une première ébauche de hiérarchie, avalisée par le ministère de l'agriculture est mise en place : c'est le classement des vins de Bordeaux (toujours en vigueur) réalisé à la demande de l'empereur Napoléon III par les courtiers en vins de Bordeaux sur la base de la réputation des vins. Nombre de ces courtiers sont anglais. En 1935, les appellations d'Origine Contrôlée (AOC) sont définies par le Comité National des Appellations d'origine (CNAO devenu INAO, Institut National des Appellations d'Origine en 1947). Chaque appellation implique le respect d'un cahier des charges strict portant sur les cépages, le savoir faire et, surtout sur un territoire minutieusement délimité : le terroir. La politique française de classement en AOC est étendue à l'ensemble de la CEE dans les années 1970. D'autres appellations viennent compléter la hiérarchie comme les VDQS (Vin De Qualité Supérieure) créés en 1945 pour les vins de qualité mais pas en mesure de revendiquer une AOC. Enfin les Vins de Pays sont des " vins de table à indication géographique ", c'est à dire qu'ils viennent d'une zone délimitée sans pouvoir prétendre au titre de terroir. En France, c'est donc le terroir qui est privilégié, avec ses cépages traditionnels.

La mondialisation tend à modifier l'ensemble de la filière, en amenant de nouveaux producteurs sur le marché mondial et en tentant d'imposer un type de vin globalisé.

II Une nouvelle géographie vinicole : vieux monde vs nouveau monde

A France et Europe : des acteurs qui résistent ?

En 2010, la production mondiale reste dominée par les Européens : avec 152 millions d'hectolitres, elle représente plus de 60 % de la production mondiale. Mais cette part tend à baisser, notamment en raison de la politique d'arrachage des vignobles de qualité médiocre dans le cadre de la politique agricole commune, volet Organisation Commune du Marché ou OCM-vitivinicole. La législation européenne reprend donc la logique française de qualité et tend à protéger les terroirs. Trois pays concentrent l'essentiel de la production : la France (45 millions d'hl en 2010), l'Italie (45 millions) et l'Espagne (34 millions). Ce trio de pays est à la fois les producteurs et les consommateurs les plus importants. Mais, partout, la consommation intérieure baisse, d'où la nécessité d'exporter davantage. Dans cet ensemble, la France continue de jouer un rôle important : ses vins sont associés à une image singulière liée au patrimoine, à la culture et au luxe, elle résiste (du moins partiellement) à la standardisation en conservant des produits de terroirs. Mais sa position jusque là incontestable paraît menacée.

A ce titre, le jugement de Paris a été un coup de tonnerre dans l'univers du vin. Le 24 mai 1976, une dégustation à l'aveugle proposant des vins français et des vins américains (californiens) réunissant les meilleurs professionnels du vin aboutit à la consécration des vins américains. Cet événement, passé relativement inaperçu en France est vécu comme un triomphe par les producteurs américains dont les vins font dès lors une percée spectaculaire sur le marché mondial. La part des vins français sur le marché anglais (marché de référence du fait de la présence de connaisseurs de haut niveau) commence à décliner.

B L'émergence des vins du Nouveau Monde

L'émergence d'un nouveau monde vinicole s'est faite de manière fulgurante à partir des années 1990. Depuis, les États Unis, l'Argentine, le Chili, l'Afrique du Sud, l'Australie et la Nouvelle Zélande sont devenus des acteurs de poids dans le monde du vin. En 1985, leur part dans les exportations mondiales de vin n'était que de 2,5 %. Vingt ans plus tard (2007) ils "pèsent" 30 % des exportations mondiales du vin. C'est qu'ils ont des atouts à faire valoir, à commencer par une situation géophysique très favorable : ensoleillement important permettant de produire des vins charpentés, arrivant vite à maturation, sans compter une production très importante et régulière. A ces données naturelles il convient d'ajouter la présence d'une main d'œuvre bon marché (locale ou immigrée comme aux États Unis), la curiosité des consommateurs pour des vins "exotiques" d'un accès plus facile, le faible coût du transport maritime en conteneurs et d'énormes investissements dans la recherche pour améliorer les rendements et la régularité des produits. Enfin, d'importants moyens consacrés au marketing, la proximité des critiques internationalement célèbres comme l'Américain Robert Parker et le

développement d'une presse spécialisée (Le *Wine Spectator* par exemple) contribuent à expliquer le succès des vins du Nouveau Monde.

C Les acteurs de demain

Actuellement, la production et la consommation augmentent en Inde, en Chine et au Brésil. Ainsi, en Chine, 490 000 ha ont été dévolus à la vigne en 2010, la production de vin y est fortement encouragée par le gouvernement qui préférerait développer la consommation du vin en remplacement des alcools forts qui consomment des céréales.

III Une viticulture transformée en profondeur dans le cadre du monde globalisé

A L'industrialisation d'une partie du monde vinicole : fournir toujours plus d'un vin de plus en plus standardisé

Sur le modèle des grandes entreprises, les exploitations viticoles ne cessent de se moderniser. Cela se traduit par la multiplication des acteurs de la filière : en amont, les chercheurs en agronomie et les chimistes auxquels il faut ajouter les *winemakers*, c'est à dire des œnologues qui deviennent des conseillers techniques comme Stéphane Derenoncourt ou Michel Rolland. Ils disposent de leurs propres laboratoires dans lesquels ils mettent au point les techniques qu'ils conseillent ensuite à leurs clients. Certains d'entre-eux accèdent à une notoriété internationale et ont des clients disséminés dans le monde entier. C'est pour cette raison qu'ils sont surnommés *flying winemakers*.

Au stade de la fabrication du vin proprement dite, les pressions sont de plus en plus fortes en Europe pour obtenir l'autorisation d'utiliser des adjuvants, interdits pour le moment, mais très courants dans les vins du Nouveau Monde. Le principe est le suivant : tout ce qu'il n'est pas nuisible à la santé du consommateur peut être utilisé, comme l'adjonction de copeaux de bois pour accélérer la maturation, l'ajout d'arômes (vanille), la chaptalisation, l'ajout d'alcool, le coupage avec des vins de moindre qualité et l'utilisation d'une impressionnante quantité de produits chimiques. L'usage de barriques de bois neuf (chêne) est aussi classique de la viticulture globalisée. Le tout est effectué dans des exploitations ultramodernes, se rapprochant plus du laboratoire que des caves traditionnelles. En aval, on trouve les négociants comme l'Américain Gallo, leader mondial du secteur, les distributeurs spécialisés (Nicolas), les généralistes (super et hypermarchés), les critiques, les revues etc. Le secteur de la viticulture moderne et globalisée est un secteur très concentré, aux moins de firmes transnationales comme le groupe américain US Constellation Brands ou le français Pernod-Ricard. Il est aussi de plus en plus pénétré par des acteurs extérieurs, souvent des investisseurs institutionnels comme des banques ou des compagnies d'assurances (exemple : Axa, la GMF ou le Crédit agricole). Enfin, il n'est pas rare que des domaines de renommée internationale soient cotés en bourse comme le domaine Mondavi aux Etats Unis.

C'est donc une nouvelle forme de viticulture qui se met en place, sur le modèle des *wineries* ou *bodegas* (en Amérique latine) et, plus généralement, de l'agricul-

ture intégrée : des viticulteurs (*grapegrowers*) cultivent des raisins qu'ils vendent à des viniculteurs (*winegrowers*) qui vinifient le raisin grâce aux conseils des *winemakers*. Les *wineries* sont organisées comme les vitrines de la marque : on les visite, elles sont souvent dotées d'une architecture soignée, fortement évocatrice des régions traditionnelles de production. Ainsi, l'Italie inspire le style de nombreuses *wineries* californiennes (domaine Staglin, Modavi). Leur vin est un produit qui s'identifie à une marque, pas à un terroir, la fabrication prime sur la culture elle-même.

Quant aux vins produits, ils sont conçus pour séduire un public plus jeune, moins expert, urbain (c'est à dire n'ayant pas de moyen de conserver le vin longtemps). Ce sont des vins puissants, simples, peu tanniques et donc agréables à boire car ronds, boisés, avec une note de vanille. Ils sont de qualité régulière : il n'est donc pas besoin d'apprendre les millésimes et l'acheteur n'est jamais déçu par une mauvaise année. Ce sont des vins qui se ressemblent quelque soit le lieu de production : on dit qu'ils sont a-géographiques. Ils sont repérables grâce à leur nom (la marque) et aux cépages (massivement le merlot et le Cabernet Sauvignon en rouge, le Chardonnay en blanc). Le terroir n'est pas mentionné. Les Américains font d'ailleurs de nombreuses pressions pour que la logique d'AOC soit abandonnée au profit de classements moins contraignants comme celui du WWTG (World Wine Trade Group) qui propose un classement selon la qualité du goût (basic, premium etc.).

B La viticulture traditionnelle résiste toutefois

Certaines régions se sont massivement tournées vers la viticulture globalisée comme le Bordelais, mais il reste de nombreux vigneron en France, en Italie, en Espagne et même dans le Nouveau Monde qui continuent, au contraire, à mettre en avant la viticulture traditionnelle c'est à dire qui valorise le terroir (logique d'AOC). Cela n'exclut pas la modernité : la recherche y est également très présente, les viticulteurs s'organisent en coopératives pour optimiser les coûts. Mais la philosophie est différente : il s'agit de mettre la technique au service d'un produit typé qui réclame plus d'efforts de la part du consommateur, qui peut créer la surprise et aussi, mal vieillir... Ce modèle de viticulture traditionnelle n'est pas jugé si passéiste qu'on pourrait le croire : un mouvement de mise en valeur des caractéristiques propres des terroirs est en train de se développer dans le Nouveau Monde.

C Un avenir aux tendances incertaines

Certains experts font état d'une lassitude déjà perceptible des consommateurs face aux vins globalisés. Quoi qu'il en soit, partout, sauf en Asie, la consommation de vin ne cesse de diminuer. Les consommateurs sont de plus en plus des buveurs occasionnels ce qui les amène à privilégier la qualité sur la quantité. Comme la quantité produite ne cesse, elle, d'augmenter, il est bien difficile d'écrire des scénarios possibles pour les années qui viennent.

L'étude du vin est donc particulièrement révélatrice de la mondialisation car elle en pose tous les enjeux en terme d'acteurs (acteurs globalisés ou acteurs locaux), de rapports de force entre puissance économique et tradition, de culture (globalisée ou de terroir). Elle est également pertinente pour l'étude des territoires avec la dichotomie Ancien Monde / Nouveau Monde. Il est intéressant d'observer qu'en

matière de vin, on trouve comme pour d'autres produits la double échelle : locale et globale. En effet, l'affirmation des terroirs se pose bien comme une réponse à la globalisation du goût. L'opposition entre vins de terroirs et vins mondialisés est réelle et elle se pose à tous les niveaux (technique, culturel, financier etc.). Mais il serait erroné d'affirmer que la globalisation des vins aboutira nécessairement à la mort des vins de terroir, du moins tant que les pouvoirs publics (l'UE en particulier) joueront la carte de la protection de la spécificité des territoires. Les nombreux scandales affectant la production alimentaire sont aussi à prendre en compte : les consommateurs sont désormais de plus en plus vigilants quant à l'origine et à la qualité des produits qu'ils consomment. Cette volonté de tirer le secteur alimentaire vers le haut ne peut que profiter aux tenants d'une viticulture de qualité. Ainsi, à l'instar de l'agriculture en général, le secteur est en cours de renouvellement par la prise en compte de plus en plus forte des questions environnementales : les vins biologiques commencent à percer sur le marché. Ils recourent à des techniques sophistiquées qui font la part belle au respect des données naturelles. Il est donc très aléatoire de prédire quel sera l'avenir du vin.