

## Vignobles et villes : les formes nouvelles d'une vieille liaison

**Françoise PLET**

Université de Paris 8  
LADYSS UMR 7533-CNRS  
2, rue de la Liberté  
93526 – SAINT-DENIS Cedex

**Résumé :** La fin du XX<sup>e</sup> siècle fut une période d'important développement de synergies entre villes et vignes, même si la croissance urbaine et la construction d'infrastructures apportent des nuisances à la viticulture. On rappelle ici que les villes sont les principaux lieux de consommation et de promotion des vins, que nombre d'entre elles ont fixé des vignobles, et que certaines villes utilisent leur image viti-vinicole pour leur promotion. Les vignobles quant à eux attirent. Les nouvelles fortunes des affaires et du spectacle s'y investissent. Comités professionnels et entreprises développent le tourisme dans les vignes.

**Mots-clés :** Commerce. Investisseurs. Tourisme. Vignobles. Villes. Campagnes.

**Abstract :** Links between towns and wine regions expanded during the last decade of the twentieth century though urban sprawl, equipment and main arteries yields harmful effects to viticulture. The author shows that towns are prominent places of consumption and marketing of wines. Some of them have for long located vine growing areas. Some achieve their name with famous surrounding vineyards. Wine regions turned attractive for rich businessmen and show-business people. At the same time, wine trade associations and wineries are strengthening the tourism's share of viticulture.

**Key words:** Investors. Tourism. Towns. Country. Wine Business. Wine Regions.

Les historiens des vignobles nous l'ont dit, Roger Dion le tout premier : les villes ont toujours eu un grand rôle dans la viti-viticulture en concentrant autour d'elles des vignobles, en en contrôlant d'autres. Le muscadet eût-il pris de l'importance sans Nantes ? La montée en puissance de la coopération viticole champenoise (Peyon, 1976), puis celle des vigneron manipulant, n'ont pas effacé en Champagne les influences d'Épernay et de Reims même s'ils en ont modifié certains éléments. Le commerce, interrégional ou international entre villes a toujours joué un grand rôle, et explique largement les changements de notoriété et de débouchés des divers vignobles. Cependant, les grandes études géographiques sur le thème "villes et campagnes" des années 1950-1960 ont peu pris en compte la vigne, exceptée la thèse canonique de Raymond Dugrand (1963), et c'est par notations seulement que l'on perçoit la chose dans des travaux plus récents qui sont à la fois assez peu nombreux, et centrés sur les seuls vignobles et leurs redéfinitions internes.

Mon propos n'est pas de réaliser une synthèse territoriale, hors de portée en quelques pages, mais d'indiquer les nouveaux éléments des rapports entre vignes et villes, notamment ceux qui ont marqué la dernière décennie du XX<sup>e</sup> siècle. Ces éclairages sont autant d'appels à des analyses approfondies des systèmes actuels de l'activité viti-vinicole, de leurs composantes, et de leurs corrélats, dont les sociétés et idéologies urbaines.

### I - LE VIN ET LES VILLES : IMAGES DE MARQUE ET COMMERCE

Au commencement, il s'agissait de besoins en boisson saine, l'eau ne l'étant pas nécessairement<sup>(1)</sup>, à quoi s'est ajoutée une *espèce* du culte catholique, le vin "sang du Christ". Petites ou grandes, les villes européennes ont eu leur vignoble, parfois dans des localisations difficiles. Laon (Saint-Denis, 1994) avait un vignoble important au XIII<sup>e</sup> siècle sur les pentes de la butte site de la ville, approvisionnant les provinces du Nord. Les bourgeois des villes voisines, dont Reims, recherchaient des vignes en

Laonnais. Liège également produisait son vin, sur les rives du Rhin et de la Moselle, puis sur les coteaux de la ville. Le refroidissement du climat à partir de 1550 ruina le vignoble<sup>(2)</sup>.

Disparues à jamais ces vignes ? Sans doute en raison de la marée pavillonnaire qui a envahi les sites favorables à la production de raisins d'une qualité suffisante. Mais les vignobles de Toul ou de Tonnerre, ceux d'Estaing, Fel et Marcillac qui approvisionnaient les villes du Massif central (Enjalbert, 1975) renaissent à l'initiative de quelques-uns, en référence à un passé des lieux.

Nombre de villes misent sur la vigne pour leur image de marque. Et, partout dans le monde, elles sont le lieu essentiel de la consommation du vin.

#### **A - Le rayon viticole des villes**

Nombre de connexités entre vignes et villes sont inscrites sur la carte du monde. Petites ou grandes, des villes ont donné leur nom à des vins. De nombreux vignobles doivent leur succès actuel aux villes, qu'il s'agisse de voisinage, des relations historiques associées aux voies de transport ou, plus récentes, des mobilités de *week-end* dans le grand périurbain des métropoles.

Piquons çà et là. Le port de Libourne est associé aux appellations Fronsac, Canon-Fronsac, et plus loin, au Saint-Émilion. Pau et le Jurançon forment un doublet. Ajaccio a son vignoble, Cahors également, tandis que le Patrimoine voisine Bastia. La notoriété des Chateaufort et Tavel est liée à la localisation temporaire de la papauté à Avignon, bien avant que le festival de théâtre créé en 1947 ne soit un élément de valorisation des Côtes-du-Rhône méridionales. Le vignoble de Bellet, AOC depuis 1941, est sur le territoire de Nice ; ses 60 ha plantés représentent le double de la surface de 1980, en dépit des prix très élevés du foncier de la zone qu'il était alors question d'exproprier pour y construire un golf et des routes, ce qui marque un réel changement d'idéologie quant à l'utilisation du territoire. De l'ordre de l'actuel périurbain, Fronton, élevé au rang d'AOC en 1975 est associé à Toulouse, tandis que Chablis, Sancerre, ou Cheverny (près de Blois) doivent autant à Paris qu'à leur ville de référence.

Hors de France, tout le système viticole du nord et du centre de l'Italie reste organisé selon le puzzle des villes capitales du XV<sup>e</sup> siècle, telles Sienne et Florence en Toscane<sup>(3)</sup>. Vienne en Autriche a ses vignes. Au Chili, Santiago est le pôle du vignoble le plus connu ; des *bodega* célèbres, telles Concha y Toro ou Santa Rita sont actuellement au sein de l'agglomération. En Afrique du sud, l'auréole viticole du Cap, dont le cru Stellenbosch dans le Swartland, connaît une progression considérable avec 735 ha de plantations nouvelles pour la seule année 1999 sur des terres précédemment céréalières. Ajoutons Mendoza en Argentine, Tijuana dans la Californie mexicaine, Erevan en Arménie, sans épuiser la longue liste des doublets vignes et villes aujourd'hui dynamiques.

La proximité urbaine favorise des créations ou des re-créations, tels ces 1 050 ha remis en état par le groupe français Castel près de Meknès au Maroc, ou le vignoble très récent et en croissance rapide de la région de Melbourne en Australie. Les quelques exploitations viticoles de la région de Minneapolis aux USA, au cœur des plaines céréalières, se sont installées à la fin des années soixante-dix avec des cépages résistants au froid, spécialement créés pour la région par l'université du Minnesota. En Colombie britannique (Canada), dans les années quatre-vingt, les vergers de pommiers de la région de Vancouver sont reconvertis en vignes, avec des investissements de Québécois ayant eux-mêmes créé des vignobles dans l'est du Canada... On ne dira rien de Hyderabad ou Bangalore en Inde qui ont fixé des vignobles sur les hauts plateaux, certes à distance, mais en étroite relations de marché.

Parmi les villes, certaines sont plus particulièrement des villes du vin, ou bien ont été telles, ou bien incluent le vin dans la reformulation de leur image.

#### **B - Les villes du vin**

Incontestablement, Bordeaux signifie vin et négoce du vin, même si son activité marchande n'a jamais été exclusivement fondée sur le vin<sup>(4)</sup>. Elle reste une grande place de marché et une vitrine du vin avec la manifestation bisannuelle Vinexpo où toute la planète professionnelle se rencontre<sup>(5)</sup>. Créé en 1981,

ce salon était resté modeste avant les années quatre-vingt-dix. Rendez-vous des grands opérateurs, il essaime en 2002 avec un Vinexpo Asia Pacific à Tokyo, et, pour la première fois un Vinexpo Americas à New York. Il est cependant contesté car il favorise les grandes entreprises par un prix élevé des stands. Cependant, la Cité mondiale du vin ouverte en 1992 (8 000 m<sup>2</sup> de bureaux sur les 50 000 m<sup>2</sup> initialement prévus) est peu active<sup>(6)</sup>, tandis que les célèbres entrepôts des Chartrons (9 ha) sont en ruines et qu'une association s'évertue à les "sauver" en les transformant en espace culturel.

Bordeaux reste le siège d'entreprises de ce grand négoce du vin, qui semblait moribond dans les années soixante-dix avec la montée en puissance de commissionnaires sans stocks, tel le groupe Bernard Taillan aujourd'hui devenu respectable propriétaire de châteaux prestigieux et de maisons traditionnelles de la place. La chambre de commerce de Bordeaux conserve un rôle éminent : elle est maître d'œuvre d'un nouveau classement des crus bourgeois du Médoc qui doit être homologué lors de l'édition 2003 de Vinexpo.

En Champagne, Reims et Épernay sont les sièges des grandes maisons du négoce. Beaune, moins spectaculairement, doit beaucoup de ses ressources au vin, tout comme Jerez de la Frontera en Espagne, Porto et Villanova de Gaïa au Portugal, Cognac ou, moins connue, Sète pour les vins du Languedoc.

Ces permanences à l'échelle des agglomérations n'excluent pas des diversifications des sites de l'activité viti-vinicole. Reims et Épernay conservent leurs activités urbaines d'élaboration de vins, et de mise en scène touristique de ces activités à partir des édifices des avenue et rue du Champagne, ou du boulevard Pommery<sup>(7)</sup>. Mais une partie du travail se fait ailleurs, dans le vignoble. Villanova de Gaïa (Porto) a perdu de son activité d'assemblage et de vieillissement au profit de chais construits dans des banlieues plus aisément accessibles par la route, voire dans les *quintas* du vignoble, tandis que le *business* mondialisé ne se fait plus guère dans la pénombre des chais. Bordeaux, nous l'avons vu, n'est plus tout à fait la ruche d'entreposage et d'expédition qu'elle fut.

### C - La vigne comme image de la ville

Par contre, ces entités collectives et de gestion que l'on nomme villes, à l'ère de "communication" de l'entre-deux siècles, cherchent à se valoriser par une image de marque viti-vinicole via des rencontres, festivals et congrès, et via *internet*. Un "réseau européen des villes du vin" a été créé en 1999 avec un siège à Strasbourg, et un siège secondaire à Narbonne, laquelle avait suscité un an plus tôt l'association de villes Ravivin. Bordeaux a pris l'initiative d'un réseau des grandes capitales du vin qui compte Melbourne, Florence, Santiago, Porto, San Francisco et Cape Town, dans une sorte de surenchère dans l'échelle du *star system* des villes.

Les héritages ou une revalorisation publicitaire et commerciale d'héritages sont importants dans ce contexte. Plusieurs vignobles réputés d'Allemagne sont la propriété de municipalités ou d'évêchés, qui en jouent. En France, les vignobles des Hospices<sup>(8)</sup>, aujourd'hui propriétés de l'État dépendent d'hôpitaux très précis. Ces 17 domaines viticoles représentent ensemble 300 ha. Les Hospices de Beaune sont les plus riches et les plus célèbres avec une tradition de legs depuis 1452. Mais Beaujeu, Nuits-Saint-Georges, Saumur, Auxerre, Cadillac, Colmar... bénéficient du produit de leurs vins pour leurs équipements hospitaliers.

Paris<sup>(9)</sup> et sa banlieue comptent d'actifs promoteurs de quelques ceps, avec 100 "vignes" dont la surface totale est estimée à 7 ha, plantes de balcons et tonnelles de bistros comprises, contre 42 000 ha au XVIII<sup>e</sup> siècle. Le vignoble avait presque totalement disparu au moment du phylloxera (1880 dans la région). Le béton des banlieues a englouti ses derniers vestiges, trois quarts de siècle plus tard. Suresnes a été la première commune à créer un vignoble dans un parc municipal (1965). Puis elle a été imitée de sorte que 70 % des vignes franciliennes sont cultivées par les collectivités locales. Une association des vignerons de Paris est née en 1990 à l'initiative d'un cafetier du 11<sup>e</sup> arrondissement. On organise des fêtes des vendanges à l'imitation de celle du clos de Montmartre et, depuis 1992, un Symposium des vignes d'Ile-de-France, avec dégustations et prix. Une association des vignerons franciliens a été créée en 2000, dans le but de demander la reconnaissance en "vin de pays" de la

production de l'agglomération ! Barcelone ne connaît pas un tel problème de dénomination : l'exploitation viticole gérée par les services des parcs et jardins de la ville, créée en 2001 sur une zone naturelle des hauteurs, portera la marque *Vino de Barcelona* au sein de l'appellation générique vins de Catalogne.

À Saumur, il s'agit d'une promotion commune de la ville et des professionnels du vin par la plantation en 2000 de ceps autour du château afin de reproduire le paysage donné par les enluminures des *Très Riches heures du duc de Berry*. On n'oubliera pas Nantes et le muscadet, avec entre autres les valorisations mutuelles... de l'opéra de la ville, et du vin.

#### **D - Les villes, centres essentiels du commerce et de la consommation du vin**

Si la vigne et le vin sont devenus des éléments de la promotion des villes, les villes, beaucoup plus trivialement, localisent la majorité des consommateurs et des amateurs. Elles sont donc, de toute évidence, économiquement essentielles à l'industrie viti-vinicole et à sa visibilité. Faut-il rappeler que lorsque tout ne va pas bien dans l'économie viticole, c'est aussi en ville que l'on manifeste ?

Aux États-Unis, les États urbains sont les plus grands consommateurs de vins : Washington DC notamment avec 22,2 litres par habitant, le New Hampshire, le Nevada touristique. Ce ne sont pas seulement les habitants qui font la consommation, mais également le passage. C'est pourquoi les villes capitales comptent des caves réputées, celles des ambassades, celles de l'appareil d'État et celles des grands restaurants. À Paris, les caves du Quai d'Orsay, de l'Élysée, du Sénat, de l'Hôtel de Ville sont légendaires pour la variété de leurs vins et les grandes bouteilles qu'elles abritent.

Les villes favorisent des implantations originales : boutiques spécialisées telle celle qui a popularisé les vins australiens à Londres à partir de 1991, un *Vinopolis* ouvert à la fin du XX<sup>e</sup> siècle à Londres également, avec 1 ha de caves, un musée interactif des vins du monde et deux restaurants, ou depuis une dizaine d'années le musée du vin à Bordeaux. La clientèle urbaine permet de populariser de nouvelles présentations, telles en 2000-2001 à Paris et aux USA, les petites bouteilles de champagne "pop" bleues à destination des bars et discothèques.

##### **1 - La grande distribution domine la vente aux particuliers**

Pour la grande masse de la population, c'est la grande distribution qui fait aujourd'hui le marché du vin par l'importance des volumes vendus, tandis que les cavistes de quartier tendent à disparaître<sup>(10)</sup>. Les grandes et moyennes surfaces (GMS) représentaient 67 % des vins vendus en France dans les années quatre-vingt-dix, et 61 % en Allemagne. Elles offrent des vins à leur marque à bas prix et pèsent sur les vignobles. Pour Carrefour et Auchan, ces marques représentent 25 % du chiffre d'affaires vins. Leurs fournisseurs, vigneron ou négoce, sont sous contrats temporaires, et astreints à la fourniture annuelle de volumes allant de 500 000 à 50 000 bouteilles selon les appellations ce qui implique des domaines assez importants, ou des groupements, coopératives ou négoce. Carrefour est le premier acheteur de vins de France. Les "foires aux vins" précédant les fêtes de fin d'année, que les GMS ont inventées dans les années quatre-vingt, ont une grande importance dans ces ventes. Aujourd'hui, les petites AOC entrent en grande distribution, ainsi que les vins biologiques, par le truchement de partenariat avec des domaines. À l'inverse, la récession des ventes des vins ordinaires conduit certaines<sup>(11)</sup> enseignes à ne plus vendre de "vins des divers pays de la communauté européenne". Les GMS ont donc une très grande influence sur la nature des vins produits et consommés, et sur les vignobles.

De nouvelles formules de vente apparaissent au tournant des années 2000. Les syndicats des appellations ou les vigneron réalisent des animations au sein des magasins. L'aménagement des rayons vins change, en particulier par la mise en place de coins "cave", avec dégustations. L'internationalisation des groupes de grande distribution a favorisé cette évolution, ne serait-ce que pour faire connaître le vin à de nouveaux consommateurs. C'est le cas par exemple de Carrefour Gubei à Shanghai, ouvert en décembre 1998, qui reçoit une clientèle plutôt aisée et une clientèle étrangère dans cette partie de la ville. L'Asie urbaine fut en effet une aubaine commerciale avec des progressions de ventes de 12 % par an entre 1992 et 1997, après une évolution de 7 % par an depuis 1980. Ailleurs également, c'est dans les grandes villes que l'on va à la recherche des consommateurs,

tel ce négociant bordelais qui a ouvert en 1995 une filiale à Moscou pour commercialiser sa marque Malesan dont chaque bouteille est vendue en Russie trois fois son prix français !

Bistrot et restaurants sont des lieux de consommation hors foyer, en direction desquels se sont développées certaines opérations médiatiques, telle la sortie du beaujolais nouveau le troisième jeudi de novembre depuis 1951, ou le vino novello depuis 1987 en Italie pour 19 régions et 64 cépages. Leur approvisionnement est en partie assuré par un négoce spécialisé qui s'est beaucoup concentré tout en devenant propriétaire de vignobles.

## **2 - Foires et salons urbains**

Les villes étant dotées d'une bonne accessibilité à longue distance, elles peuvent abriter des manifestations qui attirent un public important, qu'il s'agisse du grand public ou de professionnels. C'est pourquoi elles sont le lieu d'expositions et de foires. La Foire nationale des vins de France de Mâcon qui date de 1925 est une doyenne qui, en dépit de la modestie de la ville, conserve le Concours des grands vins de France. Elle a accueilli 40 000 visiteurs en 2001 avec seulement 70 exposants. Il existe une foire à Barcelone depuis 1984. Les grandes rencontres commerciales du vin se sont multipliées dans les années quatre-vingt-dix, avec entre autres le Mondial du vin et des spiritueux à Bruxelles, Vinova à Vienne, ProWein à Dusseldorf (créée en 1993 avec 324 exposants, elle en comptait 2 462 en 2000). Vinisud à Montpellier a été créée en 1994 pour les vins méditerranéens. Vinitaly, qui existe depuis 1965 à Vérone, cherche à concurrencer Vinexpo : des Vinitaly avec huiles d'olive et autres produits locaux ont eu lieu à Pékin et Tokyo en 2001, à New Delhi en 2002. Vinexpo, nous l'avons vu, a été exportée en Asie et en Amérique. Un salon des vins biologiques est né à Paris en 1998, avec une édition à New York en 1999. Un salon international des vins moelleux, liquoreux et des vins doux naturels a lieu en 2002 à Jerez de la Frontera. Un World Wine Market a été créé à San Francisco en 2001. Il s'y ajoute des salons locaux un peu partout, dans de plus petites villes jouxtant des vignobles.

Côté "grand public", le Salon des vignerons indépendants<sup>(12)</sup>, le Salon de l'agriculture, la Foire de Paris avec son propre concours de vins depuis 1969, sans compter la Semaine du goût en octobre, ne sont que les plus massives des multiples présentations du vin qui ont pour siège Paris et s'y succèdent de l'automne à la fin du printemps. Qu'importe que les professionnels s'indignent que Paris n'ait pas de vitrine permanente du vin ? Il y est bien présent, dans divers espaces d'exposition, et par des campagnes d'affichage. On ne saurait oublier les fêtes du vin, plus ou moins originales, plus ou moins folkloriques, ou bien nouvelles telle celle que les vignerons du Bugey organisent à Lyon au moment de la Saint-Vincent avec alambic, saucisses cuites au marc, et publicité touristique pour leur région.

## **3 - Les grandes places font le marché international des vins**

Les villes sont aussi des centres de spéculation, virtuelle ou physique. Des ventes aux enchères de vins ont lieu chez Christie's et Sotheby's à Londres, à Drouot à Paris, et par Internet. Ces ventes existent en Angleterre depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle. Ce qui est nouveau est l'élargissement de la spéculation au delà des très grands crus classés et des bons millésimes. Les cours des vins s'apparentent à une bourse des valeurs sur les places de Bordeaux, Londres, New York, Hong Kong. Il existe également des *traders* en Suisse, en Allemagne et en Belgique. Ces vins ne circulent pas nécessairement physiquement. Le phénomène a débuté en 1985 avec l'ouverture du marché japonais. Il s'est étendu aux vins espagnols, italiens, australiens, californiens... Les ventes en primeur sont devenues très spéculatives depuis la flambée des prix de 1996 en Bordelais. La crise boursière de 1997-1998 en Asie a augmenté la part des reventes non physiques, et la place dans la spéculation des nouveaux riches de Russie, de Hongrie, du Venezuela... qui achètent pour montrer qu'ils ont de l'argent.

On se gardera de négliger d'autres environnements largement urbains et suburbains du vin. Outre les sociétés de conseil œnologique dont nous verrons l'importance, tout un monde de services, d'activités associatives et d'activités productives se rattache au vin et compose une subtile géographie à la fois économique, sociale, gustative et ludique. Les sommeliers font partie du monde de la grande restauration et la profession se mondialise : la première école de sommellerie japonaise a été ouverte en 1992 à Kobé. Toute une recherche en esthétique et marketing, pour l'étiquetage, le flaconnage, se développe dans les bureaux d'études. La recherche scientifique en œnologie et viticulture est très

active ; les départements spécialisés des grandes universités des régions viticoles, telle la faculté d'œnologie de Bordeaux qui a produit de véritables écoles de vinification, ont une notoriété mondiale<sup>(13)</sup>. Côté population, des clubs de dégustation réunissent les amateurs.

Enfin, le goût, l'un des environnements mentaux de la fin du XX<sup>e</sup> siècle, est diffusé par la ville. Les Instituts du Goût, dont l'un des promoteurs fut Jacques Puisais, du laboratoire d'œnologie de Tours, naissent un peu partout, tandis que revues et guides diffusent leurs propres prescriptions. Le *Guide Hachette du vin* ne date que de 1985, et la *Revue du vin de France* est passée durant les années quatre-vingt du statut de revue technico-professionnelle assez austère au statut de revue spécialisée tous publics.

## II - LES URBAINS DANS LES VIGNES

La fin du XX<sup>e</sup> siècle médiatisant à la fois le vin et les fortunes du vin a conduit de nouveaux investisseurs urbains dans les vignobles, tandis que se développe partout, à des degrés divers, un important tourisme viti-vinicole.

### A - Les investisseurs dans les vignes

La vigne n'est pas seulement une image de marque pour des entités urbaines. Elle l'est également pour des entreprises. Nombre de *managers* de l'industrie et des services "font" leurs vins, généralement obtenus dans une résidence secondaire, en utilisant les services d'œnologues. Mais cet aspect paraît finalement mineur par rapport à l'engouement pour la vigne de fortunes issues de la bourse, des affaires et du spectacle, fortunes construites tout particulièrement durant les années quatre-vingt qui furent probablement celles où se sont le plus creusés les écarts entre les mondes des très riches et les autres. Presque tous les vignobles dotés de notoriété, ou susceptibles d'en acquérir en sont socialement modifiés. Les célébrités viti-vinicoles de Californie en sont issues. Espagne et Italie emboîtent le pas.

#### 1 - Les nouvelles fortunes dans les vignes

Le changement actuel le plus spectaculaire en France est sans doute celui du Libournais, où s'observe une folie de plantations et d'investissements à la fin XX<sup>e</sup> siècle. Saint-Émilion est devenu un paradis de la construction et travaux de rénovation des parcelles viticoles au bulldozer. Il y a là de grands chantiers dans tous les châteaux, et un enrichissement de tous, qu'ils soient ou non vigneron. Les maçons qui font fortune avec les grands travaux s'offrent également des vignes. Le plus ancien de ces immigrants est sans doute l'industriel Dassault, qui a nommé sa propriété château Dassault (1955). Perse, des hypermarchés Continent, a acheté Monbousquet en 1992, puis Pavie-Decesse, La Clusière, et enfin château Pavie. Château Canon est aux propriétaires de la firme de mode et parfums Chanel depuis 1997. Un couple de producteurs de cinéma est à château Faugères. Le créateur de la marque Orangina à Grand Ormeau, LVMH et Albert Frères à Cheval Blanc, un riche Belge à Franc-Mayne, un directeur de Darty au château de Pressac, un journaliste à Lussac, un papetier au Clos Fourtet, le patron des parfumeries Marionnaud au Clos des Jacobins. Ajoutons sans possibilité d'exhaustivité, un brasseur parisien, l'ancien patron d'une crêperie lilloise, un médecin ayant acheté en 1997 un château et 12 ha dans Libourne puis Petit Village à Pomerol, un ingénieur de Dassault propriétaire à Pomerol qui fait collection de vins rares et crée une académie internationale de ces vins en y associant des produits de terroir tels le beurre d'Échiré, l'angélique de Niort, la viande parthenaise...

C'est là que sont nés les "vins de garage" qui valent des fortunes grâce au *Parker*<sup>(14)</sup>. Ces mini crus (il y a actuellement plus de 50 micro-vins dans la région) et ces immigrants s'offrent les conseils d'œnologues réputés, ce qui valorise les filières œnologiques des universités de Bordeaux et de Montpellier. Le prix des vins a triplé dans la région depuis 1992. Cette animation est, pour l'essentiel, due à un phénomène massif de changement de génération des propriétaires, avec les problèmes de partages successoraux associés.

Si le Libournais attire particulièrement l'attention par les bouleversements qu'il subit, tous les vignobles sont affectés par l'investissement de fortunes urbaines confortées par l'exceptionnelle

activité boursière des années quatre-vingt. Un livre d'or de nouveaux barons du vin se constitue ainsi, grâce aux relais du bouche à oreille, des revues mondaines et des revues du vin.

En Médoc, le président de la sucrerie de Toury a investi en 1988 dans château Branaire à Saint-Julien. Château Kirwan, 3<sup>e</sup> cru classé Margaux est devenu en 1997 propriété de la famille Schyller. En 1998, l'actionnaire principal d'une société néerlandaise a acheté château du Tertre, 5<sup>e</sup> cru classé Margaux, après avoir acquis château Giscours en 1995. François Pinault (Printemps, Prisunic) a acquis château Latour en 1993. Le footballeur vedette Tigana avait dès 1986 investi son salaire dans le château Bibian à Listrac devenu château Bibian Tigana.

Dans le Val de Loire, le cru Coulée de Serrant est promu par un ancien financier international qui le conduit en biodynamie, tandis que l'acteur Gérard Depardieu a acheté en 1989 le château de Tigné et 70 ha en Anjou. Un ex-fonctionnaire de la pêche bénéficie également d'une notoriété viti-vinicole dans la région.

Le PDG de la firme d'équipements de loisirs Trigano est devenu en 1991 vigneron en Bourgogne avec des parcelles en Nuits-Saint-Georges, Vosne-Romanée et Flagey-Échezeaux grand cru. En 1996, un avocat dijonnais s'est associé à Rully avec un financier de Vancouver (Canada). Plus au sud, un couple flamand installé à Vergisson a également acheté un château près d'Apt où il crée un complexe œno-gastronomique en 2001. Le cuisinier Alain Sanderens et le PDG de Cartier sont propriétaires en Cahors.

En Languedoc, le domaine Daumas Gassac, qui a pris au tournant du siècle la tête de l'opposition à l'installation du Californien Robert Mondavi, est la propriété d'un ancien tanneur de Millau qui a planté dans la garrigue sur les conseils d'un vinificateur du Bordelais. Des professeurs sont au Pic-Saint-Loup. L'acteur Pierre Richard a acquis en 1988 20 ha dans les Corbières. Les parfums Azzaro ont des intérêts dans les vignobles de Lézignan-Corbières. Des Américains ont investi près de Montpellier.

En Provence et dans sa vicinity, des nouveaux venus, artistes, architectes, transforment leur résidence secondaire en domaine viticole depuis les années soixante-dix, en relation commerciale avec leurs amis de la *Jet Set*. Le domaine de Trévallon planté de 1973 à 1978 au pied des Alpilles s'est taillé une notoriété en relation avec le restaurant Beaumanière. Dans les coteaux varois, on trouve un vendeur, par correspondance, suisse installé en 1992 en viticulture biologique qui utilise son fichier de clients pour diffuser ses vins, un ex-cadre supérieur de LVMH, ou encore un ancien restaurateur de Monaco qui vend 90 % de sa production dans les grands restaurants de la Principauté et de la Côte d'Azur. Dans le Luberon, des hommes d'affaires, après y avoir passé des vacances, ont installé un vignoble et des chais. C'est un producteur de cinéma qui a créé la confrérie des vins du Luberon.

Dès les années soixante-dix en Californie, on déroule les histoires de réussites viticoles de nouveaux pionniers. La plus célèbre est celle de Diamond Creek, à l'origine investissement (1969) d'une fortune faite dans la pharmacie. Après le défrichement de coteaux, la distinction de terroirs selon la roche superficielle, et la création d'un lac artificiel pour tempérer le climat, le domaine obtient à partir de 1978 les cuvées les plus chères des USA. Dans un style différent, un ancien avocat, après avoir en 1970 replanté en vignes un verger, est en 1998 propriétaire de 4 000 ha en Californie, de 100 ha en Toscane, de vignobles au Chili et en Argentine. Il a transformé un chai en California Coastal Wine Center, avec visite d'un vignoble expérimental, d'un potager biologique, d'un verger, à quoi s'ajoutent la dégustation de ses divers vins et saisonnièrement un festival de la tomate. Plus modestement un ancien champion olympique enrichi par une activité dans l'immobilier a pris une retraite dans la vigne en 1989 et créé un vin à son nom. Plus médiatique, le réalisateur Francis Ford Coppola a débuté dans le vignoble en 1975 par un cottage dans la Napa Valley avant d'acheter en 1995 un château viticole avec accueil touristique et de créer à San Francisco un restaurant avec vente de produits alimentaires, dont, bien sûr, ses vins.

Dans l'Italie des années quatre-vingt-dix, les vins les plus célèbres sont pour une part ceux des chevaliers d'industrie, riches citadins et artistes reconvertis dans la vigne depuis 1975, notamment en

Toscane et dans le Latium. En Espagne de même à la fin du siècle, dans la Ribera del Duero comme en Rioja, banquiers, hommes d'affaires, membres de l'intelligentsia construisent des *wineries* neuves.

Comme la notoriété des vins est une affaire de réseaux nationaux et internationaux, d'interconnaissances liés à l'argent et aux affaires, et comme tous ces nouveaux venus ont les moyens de s'entourer de chefs de culture et d'œnologues compétents, ils deviennent tout naturellement des têtes d'affiche après quelques vendanges. En même temps, ils pèsent considérablement sur le marché foncier.

## **2 - Des valeurs foncières en forte augmentation**

Le marché foncier viticole a flambé depuis 1990. Le prix moyen de l'hectare en France a augmenté de 72 % tandis que la progression des revenus viticoles était (seulement) de 53 %<sup>(15)</sup>. Les investisseurs extérieurs à la région sont passés de 20 % en 1980 en Languedoc à 50 % à partir de 1995. Les nouveaux venus se situent également dans le sud des Côtes du Rhône, dans le Val de Loire. En Alsace et en Champagne au contraire, il n'y a presque pas de transactions. Les acheteurs sont des vigneronnés issus d'autres régions, des groupes de négoce, des cadres à la recherche de belles demeures, des œnophiles, des hommes d'affaires, des professionnels du tourisme, et, toujours, les investisseurs institutionnels telles les banques et assurances qui avaient joué un rôle important dans les vignes durant les années quatre-vingt. En Bourgogne, en Bordelais, ce sont des familles très aisées.

La vigne est devenue une valeur spéculative importante, tout en demeurant une valeur refuge. De surcroît, l'urbanisation croissante, comme la villégiature et les résidences de retraite, grignotent les vignobles et font augmenter leurs prix. 23 % des surfaces acquises en France en 2000 l'ont été par des non agriculteurs. Les étrangers représentent 50 % des acheteurs en zone méditerranéenne, et seulement 10 à 20 % ailleurs. Après les Belges, Suisses, Luxembourgeois, Britanniques et Allemands, on assiste à l'arrivée d'Américains des USA et du Canada<sup>(16)</sup>. La demande en 2001 concerne surtout des propriétés à moins de 30 minutes d'une ville. On souhaite être dans les vignes, avoir ses vignes, mais demeurer en position suburbaine. Parallèlement à cette saturation résidentielle des proximités urbaines, les professionnels du vin s'attachent à développer diverses formes de tourisme viticole.

## **B - Les vignobles comme attracteurs du tourisme citadin**

Quoi qu'il en soit du statut social des propriétaires, la seconde grande machine commerciale qui lie la vigne à la ville est aujourd'hui le tourisme. En France, les relations entre vigneronnés et visiteurs sont encore le plus souvent de simples visites de caves. La circulation de l'information sur les vignobles se fait d'ailleurs à 51 % par le bouche à oreille. Une enquête de 1999 montre que 60 % des enquêtés n'ont jamais visité de cave, ni acheté directement au vignoble. Parmi ceux qui visitent, 20 % seulement viennent spécifiquement pour le vignoble. Ces derniers sont pour un tiers des étrangers. Ils représentent une clientèle à pouvoir d'achat élevé<sup>(17)</sup>. Mais l'offre des régions viticoles reste atomisée. Les autres grands vignobles du monde offrent souvent plus de spectaculaire au visiteur.

La localisation de vignobles dans un espace touristique, les îles, la Provence en France, favorise ces derniers. On ne peut ignorer par exemple le rôle de l'attractivité de Cordes pour la promotion du Gaillacois, ni celui des châteaux de la Loire pour les vins de la vallée, en dépit d'une organisation professionnelle tardive et longtemps brouillonne. Dans l'île de Ré, la coopérative créée en 1950 pour la production de cognac vit aujourd'hui essentiellement du tourisme grâce à ses vins de pays reconnus en 1981, et au pineau des Charentes. Les touristes de l'Europe ont contribué au renouveau des vins corses. Le vignoble de Savoie s'est affirmé après que les jeux olympiques d'hiver l'aient porté à la connaissance d'un public élargi. En Alsace, les visiteurs, Allemands surtout, sont très nombreux l'année durant. Le vignoble d'Allemagne est depuis longtemps un paradis touristique. En 1998, 25 % de la production était écoulee en vente directe aux particuliers, proportion qui atteint 66 % dans le Palatinat.

La fin des années quatre-vingt-dix est celle d'un nouveau développement de la construction de l'attractivité touristique des vignobles. Certains recherchent pour cela une reconnaissance internationale favorable à la fréquentation. Le vignoble de Saint-Émilion (8 communes) a été le premier à être inscrit au patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO (1999), grâce à l'activisme



de son syndicat viticole<sup>(18)</sup>. Le Val de Loire et les vignobles du haut Douro au Portugal, ont été classés en 2001. Le vignoble de Tokaj (Hongrie) a obtenu la même distinction en 2002.

Les formes anciennes de promotion, routes, maisons des vins et confréries vineuses se développent à nouveau, modernisent et diversifient leur offre, tandis que des vignobles et des entreprises viti-vinicoles se structurent autour d'une activité touristique, ou bien en créent de toutes pièces les infrastructures.

### ***1 - Routes, maisons des vins, confréries : un nouveau développement***

Les routes des vins ont sans doute représenté la première organisation collective de tourisme viticole. La première a été créée en 1955 en Alsace par le Touring Club de France (Plet, 1996). Elle s'est enrichie de sentiers de randonnées viticoles. Le contrat de plan régional de 1997, qui prévoit le financement de cette route, montre l'importance qui lui est accordée. Elle permet des ventes directes allant jusqu'à la totalité de la production de certaines exploitations dans des hauts lieux tel le Mont-Saint-Odile. Ces itinéraires à travers les vignes connaissent un regain d'intérêt. La Champagne avait bien une "route", mais elle était en sommeil de sorte qu'elle fut ré-inaugurée en 1995. Plus tardive est la route des vins de Touraine qui s'étend au Val de Loire en 1998, puis en 2001 à une "Route des vignobles du cœur de France", avec Quincy, Menetou-Salon, Sancerre et les coteaux du Giennois, ce qui construit un ensemble d'itinéraires allant de Nantes à Sancerre. Bergerac, les vins de l'Yonne ont également tout récemment balisé une "route". En 2002 le Comité des vins de pays d'Oc a adopté le thème de la *Via Domitia*, avec des bornes milliaires comme indicateurs. C'est au plus fort de la crise du marché asiatique, en 1998 que naît un projet route des vins de Cognac<sup>(19)</sup>... Il existe depuis les années quatre-vingt-dix une association européenne des routes des vins qui fédère des initiatives très nombreuses, même si elles ne sont pas toutes très actives.

Avec le renouveau des routes des vins, la fin du XX<sup>e</sup> siècle fut un moment de spécialisation et de professionnalisation des ventes directes à la cave, aux dépens de la poésie et de l'émotion que procuraient naguère ces vigneron qui initiaient sans façons à leurs vins. Salles de réception avec verres et bouteilles éloignent des cuveries et futailles. On ne déguste plus de vins en cours d'évolution tirés à la pipette. Tout est prêt à consommer, dans des conditions souvent normalisées par des associations et les comités locaux du tourisme. En Champagne, cette forme de commercialisation est récente, et surtout se répand chez les vignerons non manipulants qui vendent à l'exploitation des vins finis de coopératives. Pour les adhérents de la coopérative de Château-Thierry, la proximité d'EuroDisneyland et la position à une heure de Paris favorisent la vente à l'exploitation.

Cependant la fréquentation des routes des vins, même si elles sont bien balisées, reste de l'ordre d'un tourisme curieux et cultivé : voir un vignoble nécessite de s'éloigner des grands axes. Les guides des routes des vins sont riches en cartes topographiques et géologiques souvent détaillées, ce que ne recherche pas la majorité des visiteurs. C'est pourquoi on s'achemine vers des offres de manifestations touristiques localisées et prêtes à consommer. Des groupements organisent des promenades telles, entre autres, "Les flâneries champenoises" près d'Épernay, les pique-niques du syndicat viticole de Ladoix-Serrigny en Bourgogne, ou en Alsace les "Goutaillons" d'Andlau. En Corbières, l'association du tourisme vigneron propose des circuits et des séjours thématiques. Des vendanges touristiques sont organisées dans plusieurs vignobles.

Les "Maisons des vins", à la fois vitrines de vins régionaux et restaurants, évitent au visiteur de s'égarer au milieu des vignes. Elles bénéficient, tout comme les routes des vins, d'investissements institutionnels. L'une des doyennes en est certainement celle de Mâcon, sur la nationale 6. Elle a été favorisée naguère, avant que l'autoroute du sud ne soit complétée en déviant la circulation, par le fort trafic routier vers la Méditerranée. La "Maison de la qualité" à Beychac-et-Caillau entre Bordeaux et Libourne a été créée en 1979 comme siège des appellations bordelaises. Elle s'enrichit en 1998 d'un parcours pédagogique et ludique et reçoit 50 000 visiteurs par an. La "Maison du vignoble auxerrois" a été ouverte en 1997 dans les locaux de l'ancienne coopérative à Saint-Bris et représente tous les syndicats viticoles de l'Yonne, Chablis excepté. Dans les coteaux varois, la "Maison des vins" installée dans l'abbaye de La Celle depuis 1995 s'associe en 1997 avec l'hôtel de prestige et le restaurant gastronomique ouverts à proximité par le grand cuisinier Alain Ducasse. La même année,

une "Maison des vins de Bourgueil" est installée dans la maison d'enfance de l'acteur Jean Carmet. En 1998, la "Maison des terroirs" en Corbières s'adjoint un centre de dégustation et une "Maison de la côte chalonnaise" est créée au château de Mercurey<sup>(20)</sup>. En 2001 une "Maison des vins et des terroirs" s'installe dans le secteur touristique de la ville de Perpignan... Les vignerons indépendants<sup>(21)</sup> eux-mêmes créent leurs "Maisons" collectives. La maison d'Aquitaine inaugurée en janvier 2002 s'ajoute à celles de Narbonne et d'Orange. Le "Palais du vin" d'Orange, financé à 35 % seulement par le Groupement des caves particulières de la vallée du Rhône<sup>(22)</sup>, a adopté un site stratégique du prêt à emporter, sur l'échangeur entre l'autoroute A7 et la nationale 7, avec dégustations, ventes, restauration, boutique d'artisanat, produits locaux (truffes, plats cuisinés), salle de conférences. Il y est prévu en 2002 l'ouverture d'un hôtel.

Les Confréries sont la troisième "vieille" de la promotion du vin. On connaît celle du Tastevin en Bourgogne qui associe ses manifestations avec la vente des vins des Hospices de Beaune. Ou celle de Saint-Émilion. Elles datent souvent de la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle en dépit des habits d'allure médiévale qui colorent leurs manifestations. L'Archiconfrérie des vignerons de la Champagne a été créée lors de la crise de 1930 par le comte Chandon. En sommeil depuis 1970, elle a été réactivée en 1991, en phase de recul temporaire de la prospérité champenoise. Un "Ordre des Coteaux" a également été créé à Reims. La "Confrérie des vignerons de Sézanne" est, depuis 1989, associée aux métiers de bouche. La "Confrérie Saint-Étienne" créée en 1947 en Alsace se féminise en 1997 pour associer la seconde moitié des consommateurs enfin reconnue. Et l'on observe de nouvelles créations : en 1995 la confrérie féminine "Les Aliénor" par des grandes propriétaires de châteaux bordelais ; en 1996, la Confrérie vineuse d'Ajaccio ; ou la "Confrérie des gentils hommes et gentes dames de Savoie" en 1998... Il existe une Fédération mondiale des confréries bacchiques dont le siège est à Paris. Elles sont confréries de producteurs et de consommateurs, et existent y compris dans des pays tels que la Finlande. Leurs fêtes figurent parmi les attractions périodiques des vignobles.

## ***2 - L'invention de produits touristiques combinés dans les vignobles***

De nouvelles formules d'accueil s'organisent, qui associent divers éléments d'attractivité en vue de valorisation conjointe de l'activité viticole, des collectivités locales, et d'autres activités économiques qui sont principalement, mais pas exclusivement de l'ordre de l'industrie touristique. Elles s'accompagnent de la formalisation de critères de qualification des viticulteurs recevant des visiteurs, qui vont de l'apparence des abords à l'aménagement du lieu d'accueil. Les nouvelles routes des vins s'accompagnent en effet de "chartes de qualité touristique" comme "Tourisme et vins en Gaillacois", "Bergerac 2000" dans une région récemment convertie à une viticulture spécialisée à partir d'une polyculture avec vignes, ou encore du "Terroir beaujolais". Les opérations publicitaires à destination des touristes se multiplient, parmi lesquelles on peut noter celle du syndicat du Gros Plant du pays nantais sur le littoral atlantique.

Le mécénat viti-vinicole se développe. Un négociant en vins a attaché son nom à la restauration de la chapelle des pénitents de Mèze. La cité scientifique Agropolis à Montpellier étiquette chaque année une cuvée à son nom. Le château Beychevelle (Saint-Julien en Bordelais) abrite depuis 1990 un centre d'art contemporain. Le Festival de Cannes est l'occasion d'une promotion des coteaux varois. La coopérative de Plaimont s'est associée au festival de jazz de Marciac. Celle de Rasteau dans les Côtes du Rhône a inventé un "Théâtre gourmand" joué à Avignon. Le champagne Henriot, depuis 1989, exhume des œuvres oubliées de littérature. Un voilier de course en solitaire est armé par des domaines et la profession viti-vinicole. En 2002, le champagne Bollinger devient le champagne officiel de l'équipe anglaise de rugby... Concerts, spectacles dans les domaines se multiplient, en relation avec l'hôtellerie en Provence et dans les Côtes du Rhône. En coteaux du Tricastin, la seconde quinzaine de mai est consacrée, depuis 2001, à des expositions d'artistes contemporains dans les caves afin d'élargir la saison touristique. "Musique dans les vignes en Vaucluse" existe depuis 1994 en relation avec la cave coopérative de Cairanne. La cave de Saint-Marc (côtes du Ventoux) organise des manifestations communes avec le conservatoire de musique de Carpentras. Des week-ends œnologiques sont proposés depuis 2001 avec l'interprofession des vins de Loire au château de Chaumont (Loir-et-cher) qui abrite un festival des jardins.

Le lien entre grande cuisine et vins structure depuis 1992 la promotion de la coopérative de Limoux avec une manifestation "Toques et clochers". Elle sacrifie en 2002 à la mode paysagiste avec un projet de "vignoble paysager" : un architecte est chargé d'« habiller et de restaurer le patrimoine viticole » en vue de « fleurir et arborer chaque terroir avec la couleur qui le symbolise, rouge pour méditerranéen, jaune pour Autan, orange pour Haute-vallée, et rose pour océanique »<sup>(23)</sup>, de décorer à ces couleurs entrées de domaines et caveaux de dégustation. Ces aménagements sont financés par l'Union européenne et les collectivités locales. Dans la Drôme, la coopérative de la Clairette de Die rebaptisée cherche à renforcer sa situation de principale destination touristique du département. Quelques vigneronns annexent un restaurant à leur activité.

La petite crise du début des années quatre-vingt-dix a été à l'origine de l'ouverture au grand public de châteaux prestigieux jusque-là réputés pour leur discrétion : c'est en 1991 que le Médoc a inauguré ses premiers week-ends portes ouvertes. Les crises internationales rappellent aux firmes l'intérêt de ventes locales : c'est ainsi que les maisons de Cognac, tel Rémy Martin (44 000 visiteurs/an) ont misé à nouveau sur le tourisme industriel en 1997 en élargissant leur offre à la dégustation de produits de terroir, dans une ville où la visite touristique attire 245 000 personnes par an. Des domaines ont mis en place des formules de location de ceps de vigne, les locataires participant aux vendanges de "leurs" vignes et recevant les bouteilles correspondantes étiquetées à leur nom.

Recevoir un nombre important de visiteurs impose de les loger. Dans le sud de la France, des chambres d'hôtes dans des propriétés viticoles se multiplient. Le réseau France Passion (400 vigneronns) propose des parkings pour camping-cars, idée née autour de Carpentras et d'Avignon où il n'y avait pas de place pour accueillir ce type de visiteur. Et parce que la perception des relations entre vins et santé via "l'exception française" et le "régime crétois" est redevenue positive dans le monde urbain aisé des années quatre-vingt-dix, la nouvelle *doxa* produit de nouvelles idées de valorisation touristique-commerciale<sup>(24)</sup>. Les propriétaires<sup>(25)</sup> du château Smith Haut-Lafitte, issus d'une firme de distribution savoyarde, ont associé à leur domaine une entreprise de vinothérapie, avec un complexe vno-hôtelier, et la fabrication de produits cosmétiques et pharmaceutiques dérivés du vin.

Pourtant, dans les vignobles français, l'esprit terroir, traditions, paysages et développement local qui a dominé la pensée de l'espace rural durant les années quatre-vingt-dix caractérise encore la plupart des initiatives. Même l'entreprise de Smith-Haut-Lafitte reste modeste par rapport aux complexes touristiques intégrés de plus en plus associés à des vignobles, dont la création *ex nihilo* de vignobles à vocation touristique.

### **3 - Les complexes touristiques du vin**

La Californie a été pionnière en la matière. J'en ai donné quelques exemples en décrivant les grands investisseurs. Toutes les niches d'attractivité y sont exploitées. Ainsi le domaine de Twin Peeks dans la Sonoma s'est associé un camp naturiste dont les pensionnaires participent aux travaux de la vigne. Des vignobles moins connus sont en Amérique du Nord de considérables affaires touristiques.

En Virginie la viticulture progresse depuis 1997-1998. Il n'y avait là que 6 ha de vignes en 1960. Il y en avait 870 en 2000 appartenant à 60 *wineries*, tandis que 15 domaines étaient en création. La proximité des métropoles et le tourisme associé sont à l'origine de ce spectaculaire développement<sup>(26)</sup>. Ces nouveaux vigneronns sont pilotes d'avion, chanteurs, avocats, entrepreneurs du bâtiment, journalistes, vedettes de la télévision... La main-d'œuvre, rare, est essentiellement étrangère. Jefferson Vineyards y est bien entendu la référence historique. Les vins y sont jugés, par les Français, lourds et boisés en raison des copeaux de chêne ajoutés. Ils proviennent de cépages encore majoritairement hybrides même s'ils sont en cours de remplacement par du *chardonnay*. 80 % des ventes se font sur place, notamment lors de grands festivals de plein air<sup>(27)</sup>.

Plus loin de la mégapole du Nord-Est, on observe le développement du vignoble des Finger Lakes, dans l'État de New York. Sa réussite est bien antérieure à celle du vignoble virginien en raison de sa spécialisation traditionnelle en vins kasher consommés par l'importante communauté juive des grandes villes. Il est devenu la destination touristique de plus d'un million de visiteurs par an, même si les vins y sont issus de coupages avec des vins de Californie, si les vinifications sont approximatives,

et si la production locale reste majoritairement issue de *vitis labrusca* et d'hybrides, avec un début de plantations de *vitis vinifera*.

S'agit-il des petits vignobles du Québec ? Un Français cultive 11 ha de vignes depuis 1982 à 80 km au sud de Montréal. Son domaine est devenu un pôle touristique avec sentier viticole et restaurant et à reçu pour cela le Grand prix du tourisme de l'Estrie. Le premier permis de vente privée d'alcool au Québec ne date que de 1985, mais 15 ans plus tard, ils sont une trentaine de vignerons sur 150 ha, dont 5 seulement ne vivent que du vin. Les autres s'occupent de leurs vignes en fin de semaine et paient des ouvriers. Ils ont créé une "Confrérie des vignerons du Québec".

En Afrique du sud, l'accueil des touristes a été un objectif prioritaire des *wineries* depuis l'ouverture du pays après la fin de l'apartheid<sup>(28)</sup>. 53 % des étrangers se rendent dans la région de Western Cape. Les routes des vins y sont l'attraction principale. The Speer village à Stellenbosch est conçu autour de la *winery*, avec restaurants, boutiques de vins et de souvenirs, pubs, théâtre de plein air, golf, centre équestre, piscines, bungalows, un chemin de fer qui parcourt le vignoble, et, depuis 2001, un hôtel Ritz Carlton. La plupart des *wineries* ont un restaurant, dont celle créée là par un membre de la famille Cointreau.

L'Espagne emboîte le pas, notamment dans le vignoble de la Rioja dont la notoriété et la longue prospérité sont aujourd'hui confrontées à une certaine stagnation. En 2000, la *bodega* Marqués de Riscal y a construit un nouvel édifice signé par un très grand architecte, avec musée, boutiques, salons et restaurants gastronomiques et passe des contrats avec des *tours operators*.

Au Maroc, près de Meknès, les investisseurs français des années quatre-vingt-dix<sup>(29)</sup> qui s'intéressent aux vins de Guerrouane, ou remodèlent la marque Boulaouane, jugent le tourisme prometteur. C'est aussi l'avis d'un vigneron rhodanien installé à Essaouira.

Les vignobles ne sont pourtant pas, grâce à la ville et à tout un tissage de réseaux internationaux aux attaches urbaines, seulement des lieux attractifs structurés autour du cep, de la technologie, du goût, de la gastronomie, et de consommations de masse de folklores et d'images d'un pittoresque viti-vinicole. En effet, la ville, ses influences et ses besoins, ses ambitions, qu'ils soient de l'ordre des individus ou d'ordre collectif, sont également des ennemis des vignobles.

### III - LA VIGNE AU RISQUE DE LA VILLE

Par le tourisme, tout comme par l'expansion du bâti des agglomérations et la multiplication des voies de circulation à grand débit, la ville menace les vignobles en grignotant leur espace, et en leur procurant des nuisances de plus en plus mal acceptées.

Les îles viticoles sont particulièrement concernées car l'activité touristique s'y développe dans un espace limité et y utilise une main-d'œuvre soustraite à l'agriculture en général, à la viticulture en particulier, conduisant à la friche. Le maintien des vignobles et de leurs paysages ont motivé la création du "Comité permanent des îles viticoles européennes" en janvier 2001. L'île de Tenerife (Canaries) est un exemple de dynamiques contradictoires liées au tourisme et à l'industrie du bâtiment. La progression du bâti, en partie touristique et en partie périurbain autour de l'agglomération capitale de La Laguna – Santa Cruz, tend à faire disparaître les petites parcelles viticoles traditionnelles sous la marée des constructions. En même temps, des capitaux issus de l'immobilier sont réinvestis dans la création de nouveaux vignobles, notamment dans la partie Centre-Nord de l'île, proche à la fois de l'océan et de la ville. La mise en place d'appellations d'origine en 1992 a en effet intéressé au vin ceux qui ont les moyens d'implanter de grandes exploitations et un outil de vinification, car sur les 1 800 ha de vignobles localisés dans plusieurs zones de l'île, on compte 2 223 viticulteurs mais seulement 42 vinificateurs.

Les résidences secondaires, dont j'ai dit plus haut la place dans les vignes, sont un autre élément du mitage des vignobles. Dans la vallée du Douro, au Portugal, on observe une multitude de maisons habitées quelques semaines par an, résidences secondaires des émigrés ou des citadins de Porto. Elles

sont favorisées par l'autoroute qui relie la vallée à la ville sur 100 km, après quoi l'habitat anarchique se fait plus rare. Les littoraux, les paysages attractifs, surtout s'ils sont situés à proximité de villes, sont particulièrement convoités.

Les emprises sur le foncier des vignobles préoccupent les professionnels. Les nuisances et risques liés à la ville ne sont pas nouveaux, mais ils se sont considérablement aggravés et cristallisés durant les deux dernières décennies, en raison de contestations, et d'évolutions idéologiques et légales qui modifient la notion d'intérêt public en limitant les pouvoirs de l'ordre de l'État et des collectivités territoriales en termes d'utilisations de l'espace. Les principales questions qui ont animé la fin du XX<sup>e</sup> siècle concernent l'urbanisation des aires d'appellation contrôlée, les emprises des grandes voies de liaison interurbaines et suburbaines, les nuisances en termes de déchets et décharges comme en termes d'esthétique paysagère.

### **A - L'expansion urbaine**

Bien que de nombreux vignobles proches des agglomérations connaissent ce genre de difficultés<sup>(30)</sup>, c'est essentiellement en Bordelais, dans la vallée du Rhône et sur le littoral méditerranéen, régions caractérisées par de fortes dynamiques viti-vinicoles récentes, que ces questions ont été le plus activement soulevées. L'extension de l'agglomération bordelaise aurait fait disparaître 5 000 ha de vignes, phénomène qui se poursuit : dans les Graves de Vayre, l'autoroute, une voie rapide, la voie ferrée et l'extension de l'urbanisation de Bordeaux et de Libourne hachent le vignoble. En Libournais, les zones constructibles situées sur des aires AOC occupent 722 ha dont 150 sont plantés. Une forte mobilisation est intervenue à partir de 1988 contre le projet d'une technopole industrielle dans la banlieue sud de Bordeaux au cœur du vignoble de Pessac-Léognan. Le tribunal de Bordeaux a annulé cette déclaration d'utilité publique. Mais un grignotage continu n'en existe pas moins hors des grands projets dans tous les vignobles périurbains.

Les belles expositions du littoral méditerranéen sont convoitées par les promoteurs immobiliers. Les protestations des professionnels du vin y sont assez récentes, et encore peu prises en considération : deux domaines en liquidation judiciaire représentant 200 ha sur la presqu'île de Saint-Tropez étaient convoités en 2000 par Bolloré Investissements : ni le Conservatoire du littoral, ni la coopérative des vignerons n'avaient été retenus par le tribunal pour l'attribution de ces vignobles des Côtes de Provence. Mais l'état d'esprit change. Les inondations catastrophiques du 12 novembre 1999 dans l'Aude ont été fortement associées dans l'esprit public aux risques induits par l'urbanisation, le bitume, le béton, les endiguements et les barrières créées par les voies de circulation rapides. Dans le Var où le vignoble a longtemps représenté une réserve foncière compte tenu du prix très élevé des terrains à bâtir, 12 % seulement de la superficie du département sont classés en zone agricole. La chambre d'agriculture tente de les préserver, et considère que la forêt est "*surprotégée, tandis qu'une partie des aires d'appellation est actuellement en forêt*". Un maire a demandé qu'une zone forestière incendiée à la fin de l'été 2001 soit plantée en vignes de manière à reconstituer plus rapidement un paysage. Dans la zone d'appellation Bandol, après contestation d'une autorisation de construire sur des parcelles classées AOC, le tribunal a jugé que ces constructions n'étaient pas nécessaires à une fonction résidentielle qui avait déjà progressé de 46 % entre les deux derniers POS. À Bordeaux, le Schéma d'Aménagement et d'Urbanisme (SDAU) de l'agglomération, qui concerne 91 communes et 7 appellations, comprend aujourd'hui une carte de protection des terroirs viticoles.

### **B - L'emprise des grandes voies de circulation**

Si l'urbanisation *stricto sensu* est difficile à endiguer en raison des plus-values foncières qu'elle procure aux propriétaires de terrains, l'apparent arbitraire des grandes voies de communication suscite des contestations plus massives. La logique de leur tracé est en effet dans la plupart des cas indépendante des éléments de valeur des sols, mais fonction de données de l'ordre de la minimisation des distances et de coût des travaux. La plus ancienne de ces histoires de voies est sans doute celle du Montrachet, appellation prestigieuse qui a failli disparaître sous l'autoroute Paris-Lyon, terminée en 1969 sur la côte bourguignonne par un passage plus septentrional effleurant Beaune, dans un site sans grands crus. En Val de Loire, la bataille du Vouvray en 1984 contre le passage de la voie du TGV s'est achevée par la construction d'un tunnel. Durant les années quatre-vingt-dix, le nombre des

protestations s'est accru : échangeur autoroutier près d'Avignon, passage du TGV dans le vignoble d'Entre-Deux-Mers, branches est et ouest du TGV Paris-Méditerranée, bretelle autoroutière au nord du vignoble alsacien, passage de l'A89 en Gironde<sup>(31)</sup>. Le contournement oriental de Lyon passerait dans l'appellation Côte Rôtie, ce qui suscite une lutte emmenée par Marcel Guigual, le vigneron qui a fait la réputation mondiale de ce vignoble. Une motion de l'INAO l'a soutenu, puis une manifestation à Lyon et enfin une Association pour la protection de l'ouest lyonnais. On demande à l'UNESCO le classement des sites, très escarpés, de l'appellation en vue d'éloigner la menace. Mais le conseil municipal d'Ampuis a approuvé l'extension d'une carrière en vue de la réalisation de ce projet. On est là au cœur des conflits d'intérêts entre élus et viticulteurs, entre logiques différentes en termes de valeur respective des lieux. Paradoxe du même ordre : les collectivités locales du Médoc réclament leur désenclavement routier par une voie à grand débit.

La contestation des emprises des infrastructures de circulation ne se déploie pas seulement sur les dommages immédiats qu'elles créent, mais également sur les dommages indirects et, à terme, qu'elles sont susceptibles de produire, tels l'abaissement des nappes phréatiques liés aux tranchées, la disparition de sources, et les changements de microclimats (brumes, vibrations). La loi n'a encore rien prévu en la matière, et la jurisprudence n'admet pas les réserves pour des nuisances différées.

### **C - La contestation des nuisances sanitaires, esthétiques ou sensorielles**

S'ajoutent aux questions d'emprises foncières celles des installations classées (carrières, usines) portant atteinte à l'image du produit par l'aspect, l'odeur, ou les risques associés. Depuis 1995, la question du stockage souterrain de déchets radioactifs par l'ANDRA dans le Gard, sur le site de Marcoule, a provoqué la réaction des Côtes-du-Rhône. L'agrandissement d'une usine de traitement de déchets urbains est contesté dans le vignoble du Jura. Les vignerons de Lirac et de Tavel protestent contre l'implantation d'une usine d'aliments pour animaux et d'une centrale d'enrobage à chaud de matériaux routiers. À Crozes-Hermitage, on s'oppose à l'implantation d'une usine de traitement des carcasses animales. Dans le Vaucluse, c'est un programme d'éoliennes au-dessus de la commune de Rasteau qui dérange. Les carrières posent des problèmes identiques d'espace ou de paysage, qu'il s'agisse d'anciennes carrières qui s'effondrent<sup>(32)</sup> ou de l'extension de carrières à ciel ouvert, dans les vignobles, ou visibles des vignobles. En Gironde, le schéma départemental des carrières devrait prendre en considération le vignoble, même si le contrôle du développement des carrières, qui avaient fait disparaître des terroirs de graves, y a été plus facile que le contrôle de l'urbanisation dans les vignes. L'utilisation de boues urbaines comme fertilisant est de moins en moins acceptée. En Champagne, où ce fut longtemps la tradition, elles ont été prohibées par l'interprofession, tout comme en 2000 pour l'AOC Chinon. Elles sont interdites également par contrat dans les marchés de la grande distribution.

Les agglomérations urbaines, leurs besoins et les intérêts qui s'y déploient mettent face à face des collectivités aux intérêts opposés. Les conseils municipaux et les propriétaires des sols sont en faveur de la construction, tandis que les syndicats viticoles cherchent à préserver à la fois leur espace de production, et son environnement esthétique et sanitaire. C'est pourquoi "des organisations professionnelles ont embauché des chargés de la protection des terroirs"<sup>(33)</sup>, notamment celles des bordaux et des côtes du Rhône. Cependant, la protection s'est améliorée. La loi sur les installations classées implique depuis 1976 la consultation de l'INAO, tandis que l'avis du ministre de l'Agriculture est demandé pour les expropriations. La loi de 1990 sur la protection des AOC limite cependant le pouvoir de ces instances en dépit du grand nombre de projets soumis à leurs avis<sup>(34)</sup>. La loi d'orientation agricole de 1999 introduit la consultation de l'INAO sur les projets d'urbanisme, mais ces avis ne sont que consultatifs. Elle a également institué des zones agricoles protégées (ZAP). La Confédération nationale des producteurs de vins et eaux de vie de vin à appellation d'origine demande que toutes les zones AOC soient automatiquement classées en ZAP.

J'ai essentiellement évoqué des rapports économiques, sociaux et spatiaux entre la vigne et la ville qui impliquent vignerons, entreprises et collectivités territoriales. Les préoccupations actuelles du monde du vin portent sur la pérennisation et l'expansion de l'espace de production, sur une image qui joue à la fois de la qualité gustative du vin, à forte composante médiatique, sur l'éviction d'activités

susceptibles de faire suspecter son environnement, sur des paysages viticoles dont la conception de l'esthétique et de l'attractivité varie dans le monde, mais qui en partie se recomposent en fonction de l'œil supposé des touristes et en fonction des contraintes techniques de la viticulture. L'inquiétude y est celle des dynamiques concurrentielles du "Nouveau monde" du vin, dont la sortie des États-Unis de l'Office International du Vin est un élément, ou celle de récessions économiques du type de celles qui affectèrent Jerez<sup>(35)</sup> ou le Champagne dans la dernière décennie du XX<sup>e</sup> siècle.

C'est dans ces domaines que les informations foisonnent. Il ne faudrait cependant pas ignorer le prolétariat du vin, qui représente partout la part essentielle de la vie des vignobles, des chais, et des activités touristiques associées. En Bordelais, une étude de la Direction Départementale de l'Action Sanitaire et Sociale montrait en 1995 que les ouvriers de la viticulture représentaient une très forte population active affectée de graves problèmes sociaux, de précarité, de très bas salaires, d'alcoolisme, d'isolement. En Languedoc, le plus souvent, les chefs d'exploitation n'ont plus d'ouvriers permanents et font appel à des saisonniers. C'est un envers du décor de la planète du vin que l'on ne saurait négliger dans la perspective des relations entre vigne et ville. En France, si la viti-viticulture est très réglementée, " *les propriétaires ne paient pas de taxe professionnelle, tandis que la taxe foncière des vignobles n'est pas supérieure à celle des régions de grandes cultures* " : le prestige et la valeur des vins et des sols interviennent peu dans les ressources des collectivités locales. Dans la plupart des autres régions du Monde, l'activité n'obéit de surcroît qu'aux simples "lois" d'un marché dont nous avons pu observer combien il était plus que jamais gouverné par un groupe social et ses relations largement interurbaines.

Ces éclairages montrent combien au début du XXI<sup>e</sup> siècle, la vie et les dynamiques des vignobles sont étroitement associées à des comportements et à des besoins urbains, sous des formes dont la plupart sont nouvelles. Ces interactions sont encore mal connues et mériteraient des analyses précises de leurs composantes et de leurs effets. Elles représentent en effet me semble-t-il une forme particulièrement suggestive des mutations contemporaines des territoires ruraux, des intérêts contradictoires entre les structures qui les organisent, des conflits et coopérations entre elles, et des modifications corrélatives des valeurs relatives des lieux.

## Notes

1 - Et surtout pas dans ces âges d'or implicites d'une nature "naturelle" qui sont à l'arrière-plan des discours contemporains sur "l'environnement", comme l'ont montré nombre d'archéologues et d'historiens.

2 - Marcel Lachiver, 1999, Vignoble de Liège, *La vigne*, n° 86.

3 - Les historiens ont montré en Toscane le développement de la vigne sous l'influence de la fortune des marchands de Florence.

4 - Charles Higounet (dir.), 1962-1978, *Histoire de Bordeaux*, 7 vol, Bordeaux, Fédération historique du Sud-Ouest, impr. Delmas.

5 - 54 000 visiteurs de 130 pays en 2001.

6 - À l'initiative de Jacques Valade, alors secrétaire d'État et adjoint au maire de Bordeaux. Cette demi-réussite est à rapprocher de l'échec de Bercy Expo à Paris, ouvert en 1992, fermé en 1999.

7 - Noms de rues des deux villes. Pommery est une marque de Champagne créée au XIX<sup>e</sup> siècle par une famille rémoise de négoce de textiles, qui fait aujourd'hui partie du groupe de luxe LVMH.

8 - Florence Kernel, 2002, Les déboires de l'État vigneron, *La Revue du vin de France*, n° 458, février, pp. 12-15.

9 - Cf. pour le passé, Roger Dion, *Histoire de la vigne et du vin en France*.

10 - Les cavistes se disent en France "profession en danger". 2000 points de vente auraient disparu durant les années 1980. Ils ont créé en 1994 une Fédération nationale des cavistes. Néanmoins les chaînes de cavistes offrant des vins et spiritueux à prix moyens se développent, telles Nicolas en France, Jacques Weindepot ou Hawesko en Allemagne.

11 - Intermarché en 2001.

12 - L'Association des vignerons indépendants, ex "Association des caves particulières", a été fondée en 1976 dans l'Aude, au moment de la grande crise des vins de table, et contre l'homogénéisation coopérative des vins. Elle compte 100 000 adhérents en 2001.

13 - On peut citer également Montpellier en France, et Davis en Californie.

14 - Robert Parker est un œnophile américain qui, depuis une décennie, publie un guide avec notation des vins. Il a, en Bordelais, largement contribué à modifier le marché et les cotations internationales, en raison de considérables hausses des prix en primeurs des cuvées remarquées par Parker.

15 - Source : FNSAFER, 2001.

16 - Aude Lutun, 2001, Forte demande de propriétés viticoles, *La vigne*, 125, pp. 38-39.

17 - 17 % de retraités, 41 % de plus de 50 ans, 39 % issus de catégories professionnelles à haut revenu.

- 18 - La zone reçoit entre 800 000 et un million de visiteurs par an.
- 19 - Rappelons que le Cognac (alcool de vin) avait connu avant cette crise une exceptionnelle prospérité à l'exportation vers l'Asie.
- 20 - L'AOC Mercurey date de 1988.
- 21 - Cf. note 10.
- 22 - Le reste consistant en financements des collectivités territoriales, de l'État et de l'Union européenne.
- 23 - Ce sont les types de terroirs définis par la coopérative parmi les vignobles de ses adhérents.
- 24 - Et pourtant de Xénophon puis Galien, jusqu'à Pasteur en passant par les traités du XVIII<sup>e</sup> siècle, rien n'a manqué quant aux affirmations du caractère hygiénique et curatif du vin.
- 25 - Depuis 1990.
- 26 - On se souvient des efforts désespérés de Jefferson dans son domaine de Monticello au XVIII<sup>e</sup> et au début du XIX<sup>e</sup> siècle pour créer un vignoble virginien. Cf. Johnson (Hugh), *Une histoire mondiale du vin*.
- 27 - Jean-Baptiste Mariau, 2002, Virginie : la vigne, une opportunité pour le business, *La vigne*, 130, pp. 84-85
- 28 - 3 millions de visiteurs en 1993, 6 millions en 2000.
- 29 - Clarac et Clauzel, William Pitters, Castel.
- 30 - On a notamment évoqué plus haut celui de Santiago.
- 31 - Cette liaison aurait déjà fait disparaître sur son passage 240 ha d'aires AOC, dont 30 % plantés.
- 32 - Il existe 2 500 ha de carrières souterraines sur la rive droite de la Gironde.
- 33 - Aurélia Nénin-Autexier, 2002, Nouveau métier dans le monde viticole, les protecteurs du patrimoine, *La vigne*, 130, pp. 33-34
- 34 - 600 avis ont été demandés à l'INAO en 1999, dont 551 pour des installations classées et 29 pour des expropriations.
- 35 - Après une très forte progression dans les années 1960 (+ 8 % par an et 4 000 ha plantés) les excédents manifestes du milieu des années 1980 se traduisent par un plan d'arrachage qui posa des problèmes redoutables de répartition dans la mesure où les sociétés de Jerez fonctionnaient avec des contrats d'approvisionnement de 20 ou 25 ans avec des viticulteurs indépendants.

## Bibliographie

- BRAUDEL F., 1979. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*. Paris, Armand Colin, 3 vol.
- DION R., 1959. *Histoire de la vigne et du vin en France des origines au XIX<sup>e</sup> siècle*. Paris, Thèse d'État, 768 p.
- DION R., 1990, *Le paysage et la vigne. Essais de géographie historique*. Paris Payot (recueil d'articles de 1936 à 1962 réédités et présentés par J.-R. Pitte et M. Roncayolo).
- DUGRAND R., 1963, *Villes et campagnes en Bas-Languedoc*. 638 p.
- ENJALBERT H., 1975. *Histoire de la vigne et du vin, L'avènement de la qualité*. Paris, Bordas, 207 p.
- GARRIER G., 1995, *Histoire sociale et culturelle du vin*. Paris, Bordas, 366 p.
- HIGOUNET Ch. (dir.), 1962-1978. *Histoire de Bordeaux*, Bordeaux. Fédération historique du Sud-Ouest. Impr. Delmas, 7 vol.
- JOHNSON H., 1989. *Une histoire mondiale du vin*. Paris, Hachette, 478 p.
- JOHNSON H., 1994. *Nouvel Atlas mondial du vin*. Paris, Laffont, 4<sup>e</sup> ed.
- LACHIVER M., 1988. *Vins, vignes et vigneron. Histoire du vignoble français*. Paris, Fayard, 712 p.
- La Revue du Vin de France*. Paris, revue mensuelle.
- La vigne*. Paris, Groupe France Agricole, revue mensuelle.
- SAINT-DENIS A., 1994. *Apogée d'une cité, Laon et le Laonnais aux XII<sup>e</sup> et XIII<sup>e</sup> siècles*. Nancy, 652 p.
- LASSERRE F., 2001. L'essor du vignoble au Québec. Histoire de climats et de goûts. *Cybergéo*, n° 190.
- MABY J., 2002. Paysage et imaginaire : l'exploitation de nouvelles valeurs ajoutées dans les terroirs viticoles. *Annales de Géographie*, n° 624, pp. 198-211.
- PEYON J.-P., 1976. La coopération viticole en Champagne. *Travaux de l'Institut de géographie de Reims*, n° 27-28, pp. 29-55.
- PLET F., 1996. A termék bemutatásától a vidék bemutatásáig : a borutak (De la promotion des produits à la promotion du pays : les routes des vins). Budapest, *Falu Város Régió*, n° spécial 1995-1996 *Francia területfejlesztés*, pp. 58-59.
- PLET F., 1991. L'internationale des bulles : les grandes marques de champagne dans les vignobles du Monde. *La Lettre d'Odile*. Reclus/La Documentation Française, n° 5.
- PLET F., 2000. La viti-viniculture hongroise post communiste à la fin du XX<sup>e</sup> siècle. Paris, *Annales de géographie*, n° spécial *La nouvelle planète des vins*, n° 614-615, pp. 474-487.