

Raphaël Schirmer
Maître de Conférences
UFR de Géographie
Université de la Sorbonne (Paris 4)
raphael.schirmer@paris-sorbonne.fr

(Re)découvrir les vins américains

« *En Californie, le vin est encore au stade expérimental : y goûter un cru, c'est soulever de vastes questions économiques. Commencer à planter de la vigne fait beaucoup penser à cette « prospection » à laquelle il faut d'abord recourir avant de songer à exploiter les métaux précieux. Un coin après l'autre, on essaiera la terre avec tel ou tel autre cépage. Ah, échec. Ah, voilà qui est mieux. Ah, au troisième, c'est bon. Ainsi cherche-t-on, en tâtonnant, son clos-vougeot, son lafite. Ces filons, ces petites langues de terre, plus précieuses que les veines où affleure le précieux minerai, qui demain donneront au vin son inimitable bouquet et son feu si doux, ces fastes récoltes à la faveur desquelles, sous le soleil et les étoiles, la terre s'étant véritablement sublimée en quelque chose de plus grand, le vin devient poésie en bouteilles... Rien de tout cela ne s'est encore montré au grand jour. (...) Ici pourtant, on attend son heure, oui : on attend son Christophe Colomb, tandis que la nature, elle, se prépare en nourrissant la terre. L'arôme de la terre de Californie - voilà qui restera au palais de nos petits enfants »*

Robert Louis Stevenson : *La Route de Silverado*, 1879¹.

Pour Stevenson, le vin est poésie : l'homme sublime la nature. Son texte est cependant visionnaire ; il est encore trop tôt, dans la seconde moitié du XIX^e siècle, pour que s'accomplisse le processus qu'il mentionne. Deux ou trois générations de plus seront nécessaires pour que la planète découvre - ou redécouvre - les vins californiens. Et les vins de l'Amérique en général.

Les vignobles du Nouveau Monde ont en effet réalisé une fantastique percée, contribuant à dessiner une nouvelle géographie de la vigne et du vin en quelques décennies seulement. Les statistiques sont éloquentes : les Etats-Unis sont désormais le 4^e producteur mondial, l'Argentine le 5^e, le Chili le 11^e. Et le phénomène s'amplifie : d'autres vignobles devraient apparaître demain sur la scène mondiale. Ainsi l'Uruguay, le Mexique, ou le Brésil. Hormis la Californie², ces vignobles sont encore relativement petits en surface. Paradoxalement, ils se sont davantage imposés en terme de qualité, avec toute l'ambiguïté que véhicule ce mot.

Aussi Stevenson pose-t-il une question fondamentale pour comprendre l'envol de ces vignobles : que faut-il pour créer un Clos de Vougeot ? Pour que le vin devienne « *poésie en bouteille* » ? Pour produire un vin qui puisse conquérir le monde ?

¹ Robert Louis Stevenson, *La Route de Silverado*, Phébus – Libretto, 2000.

² La Californie compte 200 000 ha de vignes, soit 1 / 3 de plus que l'Aquitaine. Mais les Etats-Unis exportent peu leurs vins, de l'ordre de seulement 15 % des productions.

La conférence se proposait d'essayer de répondre à ces questions en trois temps, en trois dégustations, portant sur trois pays (les Etats-Unis avec la Californie, le Chili et le Canada, plus précisément l'Ontario). Puisse le lecteur les réaliser par lui-même...

I. Une 1^{ère} réponse : un « *Christophe Colomb* »

S'il paraît évident que produire du vin nécessite bel et bien un espace donné, constatons dans un premier temps que le Nouveau Monde présente des conditions naturelles supérieures pour la viticulture. On y reviendra un peu plus loin avec l'exemple du Chili.

Ainsi, et surtout, Stevenson met en exergue la nécessité d'un ou de Christophe Colomb, c'est-à-dire de producteurs cherchant à produire des vins de qualité. En l'occurrence, ceux-ci se concentrent à proximité de la route de Silverado, dans le vignoble de la vallée de la Napa. Vallée dont l'émergence est somme toute assez tardive : le vignoble californien naît à l'époque des missions espagnoles (il est créé aux alentours de 1770), mais ne connaît sa véritable expansion qu'avec la ruée vers l'or du XIX^e siècle. Les colons américains, fuyant la misère de l'Est des Etats-Unis, sont attirés par ce nouvel eldorado. Ainsi encore après la crise de 1929, comme le relate John Steinbeck dans *Les Raisins de la Colère* (1939) :

« (...) brusquement ils découvrirent à leurs pieds l'immense vallée. Al freina violemment et s'arrêta en plein milieu de la route.

- *Nom de Dieu ! Regardez ! s'écria-t-il.*

Les vignobles, les vergers, la grande vallée plate, verte et resplendissante, les longues files d'arbres fruitiers et les fermes. Et Pa dit :

- Dieu Tout-Puissant ! »³

Le roman n'est pas sans évoquer une certaine confiance en l'avenir ; elle anime toujours les mentalités des professionnels du vin californien. Pour autant, la production demeure longtemps celle de vins de dessert (des « *sweet wines* ») ; ce sont des copies des vins de Porto ou de Sauternes... Vins qu'affectionnent particulièrement les élites anglaises au XIX^e siècles. Quant aux vins tranquilles, ils imitent aussi les crus européens, en produisant des « Chianti », « Burgundy », et autres « Chablis ». La parenthèse de la Prohibition (1919-1933) n'affecte pas autant que l'on a bien voulu le dire le vignoble californien. Preuve en est qu'il perdure ; rappelons *a contrario* que nombreuses sont les régions viticoles européennes qui disparaissent lors de la crise du phylloxéra. Cette phase de l'histoire des Etats-Unis occasionne en revanche un profond retard en ce qui concerne la recherche de la qualité. Il faut attendre le milieu du XX^e siècle pour assister à sa mutation vers un vignoble original et produisant des vins fins.

Ce processus est conduit par une poignée d'entreprises, les *wineries*⁴. Retenons deux exemples pour simplifier. Tout d'abord la *winerie* Beaulieu fondée par un bordelais, George de Latour (émigre en 1883 – décède en 1940). Ce dernier demande à ses employés de tout faire pour produire un vin de qualité. En particulier, un émigré d'origine russe, André Tchelistcheff, tient un rôle majeur au sein de cette *winery* : il parvient à rationaliser la vinification dans le but de produire des vins fins. L'entreprise porte alors ses efforts sur la maîtrise du froid pour la vinification des vins blancs, ce qui assure plus de fruité. En outre,

³ John Steinbeck, *Les Raisins de la Colère* (1939), p. 318 de l'édition Folio-Gallimard, n° 83.

⁴ Ces entreprises achètent du raisin aux viticulteurs de la région – les *grapegrowers* – pour le vinifier et le vendre. Le *winemaker* – littéralement celui qui fait le vin – est donc un personnage clé.

l'utilisation de l'inox devient un gage de qualité pour conserver les productions. Ces deux procédés se sont répandus dans le monde entier. Notons que certains vignobles européens sont seulement aujourd'hui en train de s'équiper pour la maîtrise du froid...

Car justement, un glissement majeur s'opère par rapport aux vignobles de l'Ancien Monde : la production du vin se fait de plus en plus depuis le laboratoire. Elle s'appuie sur les connaissances scientifiques de l'époque, en constant renouvellement grâce à l'appui de l'Université de Davis. Elle laisse de côté le pragmatisme qui caractérise – ou caractériserait ?⁵ – les vignobles européens. Désormais, la vinification prend davantage d'importance par rapport à la viticulture, alors que cette dernière dominait historiquement et culturellement dans l'Ancien Monde. En schématisant, on passe des champs de vignes au cellier. C'est très certainement l'un des éléments qui a contribué à favoriser la montée en puissance de grands groupes industriels, souvent en situation oligopolistique. La valeur ajoutée est davantage captée par les entreprises, propriétaires de marques de vin produit en forts volumes. Tout au contraire en Europe, celle-ci est largement maintenue par les viticulteurs au sein des Appellations⁶. Les entreprises de négoce y sont dès lors beaucoup plus atomisées.

Le second exemple nous est offert par l'entreprise Mondavi, pionnière en matière d'accueil du public. Ne fonde-elle pas son développement sur ce principe dès les années 1950 ? N'use-t-elle pas également de techniques de fidélisation du public ainsi que de la publicité ? En deux mots actuels, elle développe le tourisme et le marketing. Tourisme et marketing que certains vignobles européens sont tout juste en train de découvrir. Là encore... Cette entreprise californienne décide par conséquent de porter ses efforts sur l'architecture. Les bâtiments ne sont plus seulement fonctionnels, mais délivrent un message – ce qui était bien sûr le cas du château bordelais –, dont le culte de la haute technologie n'est pas des moindres.

« Extérieurement, je voulais que mon domaine s'inspire de l'art et de la manière propre aux châteaux traditionnels du Vieux Monde, donc de la France et de l'Italie. Mais en même temps, je voulais qu'il montre ce qui se faisait de plus novateur en matière de technologie viticole, qu'on y soit à la pointe du progrès et qu'il attire les meilleurs esprits voués au vin. Mon domaine devait être le lieu par excellence de la créativité, de l'innovation, de l'enthousiasme (...) » (MONDAVI, 1998)⁷.

N'en déplaise aux Européens, la Californie est à l'origine d'un double legs laissé au monde du vin. Tout d'abord, l'utilisation de techniques de pointe pour la vinification. Cette façon de produire relève d'une très forte croyance dans la science, un véritable *credo* que l'on retrouve d'ailleurs en Australie. Elle a parfois entraîné quelques abus : certains vins sont bodybuildés, maquillés, avec des goûts faciles à reconnaître. Ceux-ci jouent sur la séduction par un fruité prononcé – voire trop prononcé – apporté par la pleine maturité des raisins. Mais il s'agit d'abus, et bien des vignobles de qualité recherchent de la finesse dans leurs vins. Second legs, le développement d'une relation privilégiée avec le public par l'intermédiaire du tourisme ou du marketing. Le vignoble californien génère de ce fait un nombre considérable

⁵ Les vignobles européens ne sont pas restés statiques et uniquement gérés par le pragmatisme comme on a bien voulu le dire. Que l'on songe au travail de l'œnologue Emile Peynaud à Bordeaux pour s'en convaincre. Lire par exemple cette interview : <http://www.wine-in-france.com/vignerons/peynaud.html>.

⁶ COUDERC, J.-P., 2005, « Poids économique de la filière viti-vinicole française et création de valeur », *Bacchus 2005*, p. 191-207, p. 203.

⁷ MONDAVI, R., 1998, *Harvest of joy*, éd. Harcourt, cité dans HARTJE, H. et PERRIER, J.-L., 2005, *Les plus beaux chais du monde*, Artemis éditions, p. 4.

d'emplois : près de 200 000 personnes gravitent directement ou indirectement dans la production du vin en Californie. On estime que le chiffre d'affaire généré par cette activité se situe tout juste derrière celui du parc Disneyworld. Dans le comté de San Luis Obispo, le tourisme apporte selon une récente étude près de 100 millions de dollars, avec seulement 200 *wineries*...

Aussi les paysages du vignoble californien reflètent-ils les principes évoqués ci-dessus, tout en s'inscrivant dans une certaine profondeur historique. Elle est certes bien moindre que des vignobles européens « *millénaires* »⁸, elle se compte ici en siècles. C'est pourquoi les paysages ont au premier regard une allure très ordonnée, presque quadrillée (fig. n° 1). Elle résulte de la colonisation. Le quadrillage en *township* est moins bien réalisé que sur la façade Atlantique du pays, mais tout de même. Une telle apparence est renforcée par la forte maîtrise technique qui découle des précédents principes. La mécanisation est très poussée, non pas tellement pour les vendanges - largement dévolues aux émigrés mexicains - mais pour les traitements des vignes. Quant à l'eau, utilisée pour l'irrigation des vignes, elle ponctue le paysage de multiples réservoirs. Ce recours à l'irrigation induit une spectaculaire opposition avec les reliefs adjacents : les vignes se concentrent dans les parties basses et planes. Les coûts de terrassement seraient prohibitifs. Et surtout, les mesures de protection de l'environnement sont particulièrement vives. Certains vignobles ont récemment connu des difficultés avec les écologistes de la région.

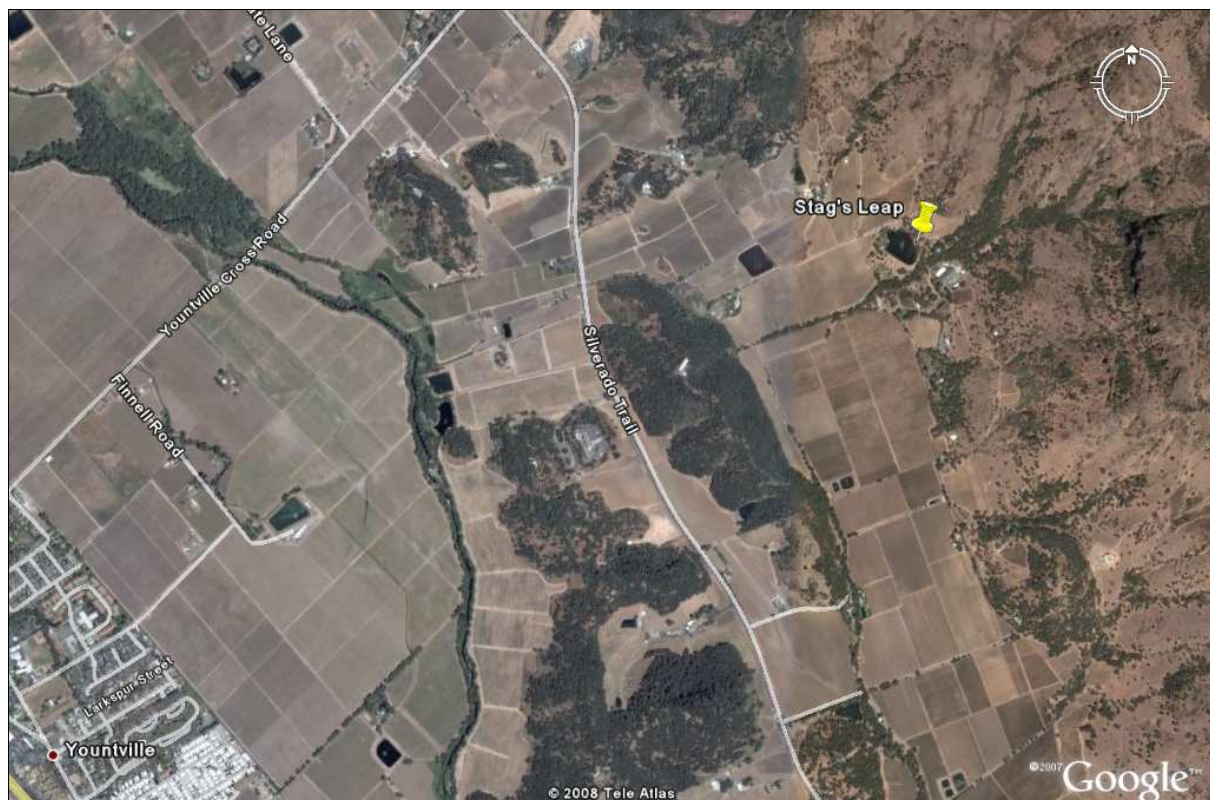


Fig. n° 1 : Les paysages de la vallée de la Napa à la hauteur de la winery Stag's Leap.

La route de Silverado se trouve au centre de l'image. Les tâches sombres sont des réservoirs d'eau pour l'irrigation. Source : Google Earth.

⁸ *Bordeaux vignoble millénaire*, 1996, Gérard Aubin, Sandrine Lavaud, Philippe Roudié, Bordeaux, L'Horizon chimérique, 215 p.

Enfin, les paysages sont fortement marqués par les activités ludiques. Le vignoble a une vocation touristique affirmée. Les hôtels et restaurants sont légion. Le film *Sideways* (2004) d'Alexander Payne a contribué à donner une solide réputation au vignoble de Santa Barbara. La ville de Yountville dans la vallée de la Napa comprend par exemple un golf, un lieu d'accueil du public pour la vente de vins, et maints restaurants et hôtels, ou plutôt motels. On ne compte plus les vignobles qui ont des lieux de vente, le fameux *cellar door*. L'espace est théâtralisé. A la suite de Mondavi, les *wineries* les plus rutilantes se multiplient, faisant appel à des architectes de renom. Citons les suisses Herzog et de Meuron avec leur *winery Dominus*⁹ construite pour Christian Moueix.

A l'occasion du FIG 2006, les vins du vignoble Stag's Leap furent dégustés. Pourquoi cette entreprise ? Tout d'abord parce que ses vins demeurent abordables, alors que la majorité des crus californiens de qualité sont hors de prix. Ensuite, elle jouit d'une renommée acquise lors du Jugement de Paris de 1976. Lors de cette dégustation à l'aveugle organisée par le critique Steven Spurrier à l'occasion du bicentenaire de la Déclaration d'Indépendance, les vins américains ont battu les vins bourguignons et bordelais. Au grand dam de nos compatriotes... Deux films devraient sortir d'ici peu sur ce thème. Le Musée Smithsonian d'Histoire des Etats-Unis, situé à Washington, vient de faire entrer dans ses collections ces bouteilles. Signe de fierté s'il en est.

Il faut voir là une caractéristique majeure associée aux vins du Nouveau Monde : ils touchent au plus profond du sentiment national, alors même qu'ils sont révélés par la mondialisation. Ou justement peut être : le carménère (originaire de Bordeaux) au Chili ou le malbec (originaire du Sud-Ouest) en Argentine sont progressivement revêtus d'une couleur identitaire. Un message affirmant au monde que c'en est fini de la centralité et de l'hégémonie européenne en matière de vins.

II. Une seconde réponse : l'espace dans la mondialisation

Quiconque voudrait produire des vins de qualité dans le but de pénétrer les marchés internationaux s'exposerait rapidement à cette question : dans quelle(s) région(s) du monde s'installer ?

A l'évidence, partout où se trouvent des conditions naturelles supérieures. C'est-à-dire dans la quasi totalité des vignobles du Nouveau Monde qui ont émergé ces dernières années, plutôt marqués par des conditions peu ou prou similaires à celles de la Méditerranée. Seules la Nouvelle-Zélande et la Tasmanie, ou encore les vignobles de l'Etat de Washington et du Canada pour le continent nord-américain, dérogent à cette règle du fait des climats que l'on sait. Le Chili concentre en revanche bien des avantages.

Ce pays, au climat globalement méditerranéen, bénéficie d'un fort ensoleillement, de faibles pluies, de fortes chaleurs annuelles, et plus encore, d'un environnement sain. Il y a en effet peu ou pas de maladies, guère plus de parasites. Ce qui est un avantage majeur ; ce sont autant de traitements onéreux en moins. *Last but not least*, l'alternance de journées chaudes et de nuits froides - suscitées par la conjonction de brises thermiques issues de l'Océan

⁹ Voir l'article de Philippe Margot sur l'Architecture viticole contemporaine sur le site Cepdivin : <http://www.cepdivin.org/articles/phmargot04.html>.

Pacifique¹⁰ et des Andes – offre aux vins d'acquérir une bonne acidité et de favoriser l'extraction des arômes. Les raisins ne sont pas écrasés par la chaleur, contrairement à certaines régions australiennes du bassin de la Murray.

Les conditions naturelles ne sont certes pas suffisantes pour obtenir des vignobles de dimension mondiale. Il est nécessaire d'avoir une tradition viticole sur laquelle s'appuyer, ne serait-ce que pour la main d'oeuvre. A l'évidence, les pays d'Amérique latine, le Chili et l'Argentine essentiellement, mais aussi l'Uruguay ou le Brésil, ont de solides bases. Depuis la colonisation espagnole, des vignes sont cultivées, soit depuis 1540 approximativement. Il convient cependant là aussi d'attendre le XIX^e siècle – souvent sous l'influence des Bordelais et des Basques –, pour que se développent pleinement les vignobles. Les cépages cabernet-sauvignon et carménère (au Chili) ou malbec (en Argentine) évoquent ces anciennes relations. Il faudrait aussi tenir compte d'une importante colonisation italienne dans le vignoble de Mendoza (Argentine). Au Brésil, les immigrants allemands et italiens sont à l'origine du développement des vins le long du Rio Grande do Sul.

Ces vignobles étaient cependant davantage tournés vers leurs marchés intérieurs que vers le reste du monde. C'était le principal handicap auquel ils étaient confrontés ; un frein majeur à l'essor des pays d'Amérique latine, trop éloignés du principal et *quasi* unique marché de consommation conséquent que représentait alors l'Europe. Celle-ci ne pouvait alors agir comme un « moteur » demandant le meilleur des productions, comme l'on fait les Anglais avec les vignobles de Bordeaux, Porto ou Jerez. La mondialisation, avec la baisse du prix des transports, donne un nouveau souffle à ces vignobles. Un nouvel élan est ainsi donné au port de Valparaiso. Des conteneurs y sont utilisés, afin de permettre la standardisation des flux¹¹. La désormais relative proximité du marché des grandes métropoles européennes, et de plus en plus américaines, stimule grandement l'essor du vignoble chilien. L'espace-temps de la planète des vins en est d'autant réduit.

Il convient dès lors de se conformer au mieux aux attentes des marchés. Comme les consommateurs sont de plus en plus passionnés, et que les États-Unis sont déjà le premier marché mondial pour les vins tranquilles – bientôt vraisemblablement toutes catégories confondues –, l'utilisation de vins de cépage domine¹². En ce qui concerne les exportations à destination de l'Ancien Monde, l'Union européenne a obligé les nouveaux pays producteurs de vin à se conformer aux normes internationales dictées par l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV). Ceci se concrétise notamment par la délimitation de territoires du vin, les *Denominacion de Origen (DO)* au Chili¹³. Il s'agit de territoires aux règles plus souples que celles de nos AOC. La règle des 85 % – en matière d'année, de cépage, ou de provenance – est la norme. Et bien peu de choses sont édictées en matière de viticulture et de vinification. L'irrigation est utilisée par la majeure partie des vignobles qui visent les marchés internationaux. Le développement des vignes le long des grandes vallées qui proviennent des Andes en découle. Les appellations portent généralement leur nom comme l'indique la figure n° 2.

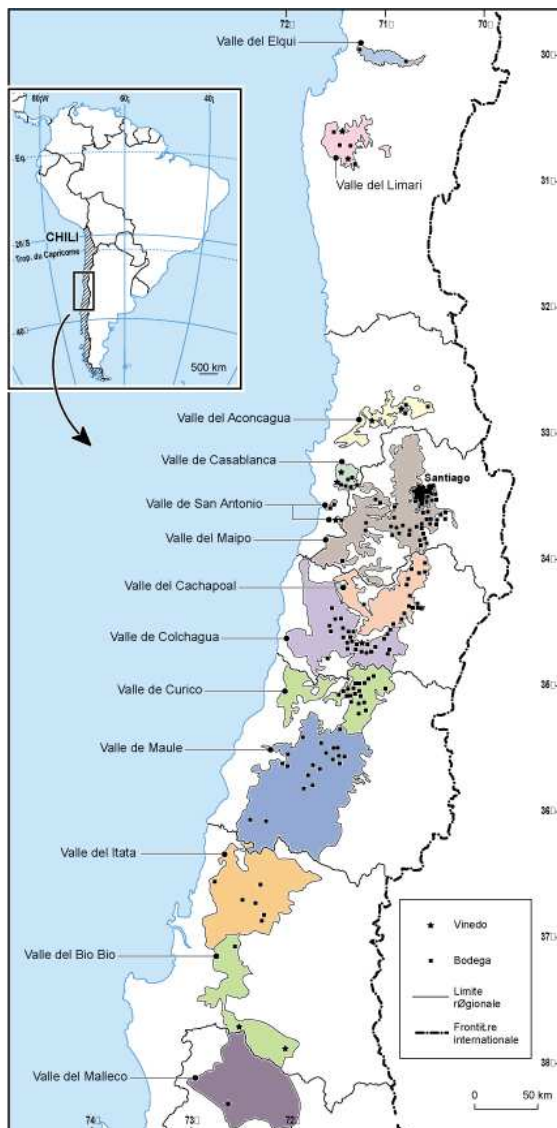
¹⁰ Le courant d'Humboldt apporte des eaux froides qui refroidissent et stabilisent l'air sur la côte.

¹¹ R. Schirmer, 2004, « Une nouvelle planète des vins », conférence prononcée lors du Festival de Saint-Dié 2004, *Nourrir les hommes, nourrir le monde. Les géographes se mettent à table*, 15^e Festival International de Géographie, 30 septembre – 3 octobre 2004 ; en ligne sur le site du FIG : <http://fig-st-die.education.fr>.

¹² R. Schirmer, 2007, « Les vins du Nouveau Monde sont-ils a-géographiques », 2007, *Bulletin de l'Association des Géographes Français*, mars 2007, pp. 65-80, p. 68.

¹³ J-C. Hinnewinkel et H. Velasco-Graciet, 2007, « Espace et temporalités du vignoble : une comparaison franco-chilienne », en ligne sur le site de Géoconfluences, dans le dossier « Le vin entre sociétés, marchés et territoires » : <http://geoconfluences.ens-lsh.fr>.

Fig. n° 2 : Les grandes vallées viticoles au Chili



Autant de conditions pour produire de bons ou d'excellents vins qui sont désormais réunies par une kyrielle de pays, de l'Australasie à l'Amérique latine, de l'Afrique du Sud au continent nord américain. La globalisation facilite l'émergence d'une multitude de pays, et avive d'autant la concurrence. Concurrence qui porte pleinement sur les territoires du vin, en matière de règles de production - plutôt libérales -, de législation sociale - loin d'être toujours respectée lorsqu'elle existe -, ou environnementale - combien de fois inexistante. Ainsi, la profusion de vins proposée aujourd'hui sur les marchés internationaux provient des anciennes grandes régions viticoles renommées, mais aussi de régions en plein renouveau - dont la plus emblématique est sans doute celle de Priorat en Catalogne - ou encore de vignobles de l'hémisphère Sud. Le consommateur peut quasiment jouir de vins provenant du monde entier dans le rayon de son supermarché ou sur son écran d'ordinateur. Comment infléchir son choix ? Comment se démarquer du reste de la planète ?

Bien entendu en cherchant à se faire connaître, en particulier grâce à la presse internationale. Tel est bien le cas de la Vallée de Colchagua au Chili qui maîtrise parfaitement ce qui peut servir à sa promotion. Un récent numéro de la revue anglaise *Decanter* de juin 2006 affirme que c'est la région qui a le mieux réussi à se faire révéler aux yeux du monde. Qui connaissait il y a seulement une vingtaine d'année, alors que le pays sortait tout juste de la dictature, le nom même de Colchagua ? Grâce au *buzz* - c'est-à-dire au murmure, au bouche à oreille - elle entretient désormais tout une stratégie pour attirer l'attention sur elle. Elle fut d'ailleurs sacrée en 2005 « Meilleure région viticole du monde » par la revue *Wine Enthusiast*. La mise en place d'une route touristique a contribué à attirer les faisceaux de la presse mondiale. Tout comme la multiplication des architectures les plus audacieuses (fig. n° 3). La *bodega*¹⁴ Las Niñas offre un bon exemple de ce souci architectural.

¹⁴ Elle est le pendant de la *winery* anglo-saxonne.

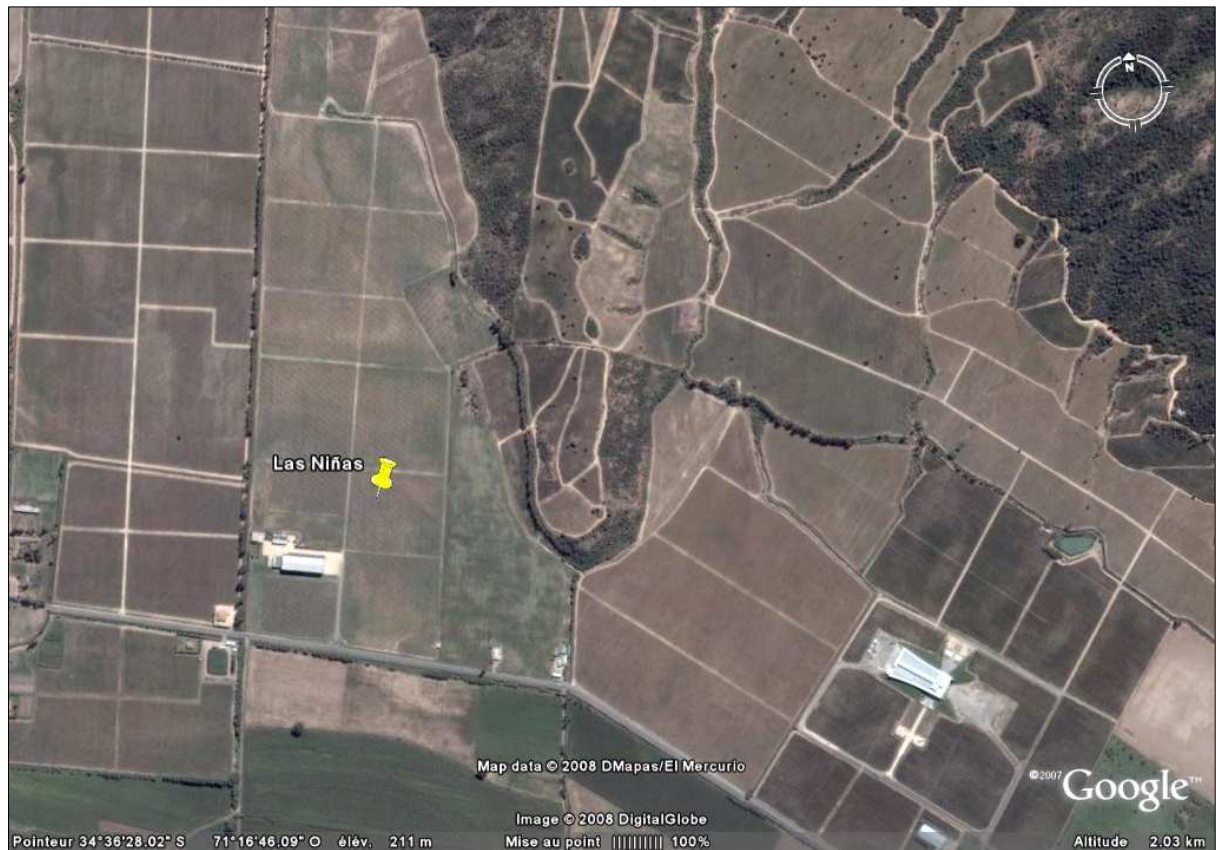


Fig. n° 3 : De nombreuses bodegas avec des architectures modernes se concentrent dans la vallée de la Colchagua. Sur l'image, les édifices des entreprises Las Niñas et Montes. Source : Google Earth.

Confié à un architecte chilien, Mathias Klotz, le bâtiment d'orientation Est-Ouest propose deux façades¹⁵. La première, orientée au Nord, demeure opaque dans l'hémisphère Sud ; elle est constituée d'une sorte de claustra en bois et d'une rangée de fenêtres en dessous. Quant à la façade Nord, elle est réalisée en polycarbonate translucide : elle filtre la lumière, et transforme le soir la *bodega* en lampion. Elle devient une allégorie du discours qui devient le plus marquant dans le domaine des vins : cette boisson est naturelle. Elle reflète le milieu dans lequel elle est créée. On tourne le dos à la pensée de Stevenson qui considère que l'homme sublime la nature.

La dégustation portait sur des vins de syrah - cépage plus adapté à la région de la vallée de Colchagua - de la *bodega* Las Niñas. L'entreprise est détenue par la famille propriétaire du Château de Jau en Catalogne. Elle est emblématique des nombreux viticulteurs français qui se sont installés au Chili ou ont tissé des partenariats avec des entreprises locales.

III.Enfin : produire de la « *poésie en bouteille* »

Comme les professionnels du vin des Amérique maîtrisent la technique, il devient possible de faire des vins dans des conditions plus difficiles, sinon même impossibles.

¹⁵ Voir sur le site de l'architecte : <http://www.mathiasklotz.com/folioVinanina.htm>.

Le Québec et l'Ontario sont aujourd'hui producteurs de vins de glace, selon une méthode bien connue des contrées germaniques, Autriche, Allemagne ou Alsace. De tels vins sont une merveille de prouesse : le froid extrême est utilisé pour une production aux rendements dérisoires. Il permet de dissocier l'eau du reste du fruit, de façon à vendanger un nectar. Car en effet, entre - 8° et - 12° c, si l'eau est bien gelée, il n'en est rien pour le sucre. Aussi, comme des conditions létales pour la vigne sont fréquentes l'hiver (à partir de - 20° c), les ceps sont enterrés pour les mois les plus froids (fig. n° 4), en utilisant une technique certainement très ancienne, puisqu'on la retrouve dans d'autres régions continentales d'Asie.



Fig. n° 4 : Les pieds de vigne sont enterrés pour l'hiver. La terre puis la neige servent d'isolant thermique. Photo prise au printemps après la fonte des neiges. Québec. Cliché R. Schirmer 2003.

Le vin de glace, d'une rare délicatesse, est bien entendu un produit de luxe. Ainsi en va-t-il dans le monde du vin, où deux marchés semblent se développer : l'un autour de boissons bien faites mais sans véritable âme, l'autre autour de vins de grande qualité.

Lors du FIG 2006, des vins du Château des Charmes (Ontario) ont été dégustés, à base de cépage vidal (fig. n° 5). Remarquons qu'il est tout de même surprenant et dommage, que l'on ne puisse guère trouver de vins québécois sur notre territoire.



Fig. n° 5 : Le Château des Charmes (Niagara on the Lakes, Ontario) dans le Canada anglophone. Curieusement, le parcellaire étiré rappelle plus le « rang » québécois que le quadrillage anglo-saxon. Une viticulture de qualité à 43° de Latitude Nord sur la façade orientale du continent nord-américain. Source : Google Earth.

Conclusion :

C'est une triple évolution qu'il faut remarquer. Tout d'abord, dans cette nouvelle planète des vins toujours en cours de configuration, l'influence américaine devient de plus en plus manifeste. C'est là un vieux principe, l'influence culturelle de la puissance dominante rejaillit sur le vin.

A ce propos, l'Amérique paraît renouveler le monde du vin vers plus de simplicité. Tant en termes de goûts que de moments de boire, avec une nouvelle importance prise par l'apéritif. La consommation de vin en dehors des repas est une nouveauté que la banalisation du frigidaire a favorisée, en particulier pour les vins blancs. On déguste alors un chardonnay pour lui-même. Cette influence n'est pas sans heurter les vieilles nations policées. Le risque est d'ailleurs grand de banaliser le domaine des vins pour en faire une boisson proche des eaux minérales, des bières et des sodas. Quitte à aromatiser les vins pour plaire au plus grand nombre, conquérir de nouveaux marchés, et peut être surtout, industrialiser pleinement le secteur. C'est là un pas que d'aucuns refusent de franchir, mais que les autorités européennes

ont permis. Le Rubicon des vins serait-il franchi ? L'utilisation des copeaux de bois tourne en tout cas le dos à un siècle d'histoire de la vigne et du vin¹⁶.

Ensuite, il convient de remarquer à quel point l'émergence des vignobles du Nouveau Monde a pu dynamiser le secteur des vins. La course à la qualité ne suffit plus pour les grands vignobles, ceci suscite un spectaculaire dynamisme en matière d'architecture, de routes des vins, de gastronomie...

Enfin, un phénomène de grande ampleur tend à apparaître : l'émergence d'une nouvelle aire viti-vinicole, le Pacifique. Elle s'affirme à la fois en ce qui concerne la consommation des vins - ce qui est déjà le cas depuis plusieurs siècles dans certains pays tels le Chili - que, fait plus novateur, en matière de production. Une guirlande de vignobles borde à présent les côtes du Pacifique, depuis le Chili jusqu'à l'Oregon en passant par le Mexique, mais aussi du côté de l'Asie avec la Chine ou la Thaïlande, enfin de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande.

¹⁶ La définition légale du vin repose sur le caractère « naturel » du produit, fait uniquement à partir de raisins ou de moûts de raisin.