

La France, le pays du vin ?



(1) Le climat, la terre et l'histoire ont donné à la France une primauté évidente dans le domaine viticole. Toute une culture, un langage, des traditions sont là pour le prouver.

36 sommelier se dit « sommelier » dans toutes les langues.

(2) Une précision s'impose toutefois. Malgré le cortège de confréries folkloriques, la qualité du vin français telle qu'on l'apprécie aujourd'hui est relativement récente. La qualité dans ce domaine est fille autant de la tradition que du progrès technique. Ce n'est qu'à la fin du XVIIe siècle que sont arrivés bouteille et bouchon. C'est au début du XIXe siècle que la science du vin, l'œnologie, s'est développée en profitant des progrès de la chimie. C'est de ce moment que date la chaptalisation¹⁾ (du nom du chimiste Chaptal), qui permet de faire vieillir le vin dans les meilleures conditions. Puis, il y a le

développement des transports, sans lequel le vin serait resté à jamais une production de terroir, consommée localement. Les appellations sont encore plus récentes puisqu'elles datent de 1935. C'est donc de cette période assez récente que date la réputation de qualité de notre vin.

(3) Si le passé ne laisse aucun doute sur la primauté de la France, il en va autrement pour le présent et l'avenir. Sa domination est menacée de toute part. Par la montée en puissance de nos voisins européens (Italie, Espagne, Portugal), mais aussi par l'arrivée des pays d'outre-océans (Californie, Chili, Argentine, Australie, Afrique du Sud). L'Italie est le premier producteur et exportateur mondial de vin, devant l'Espagne et la France. Ces trois pays représentent la moitié de la production mondiale.

(4) La montée de l'Italie est significative des dangers que court le vin français. Même la forteresse du champagne est assaillie : l'Italie est passée en tête pour la production de vins pétillants. Les Italiens ont beaucoup appris de la France, et ils ont amélioré la qualité de leurs vins, certains sont devenus excellents. Notamment dans une gamme de prix « raisonnables », là où la production française est souvent douteuse. Ils y ont ajouté un savoir-faire en marketing et en communication frappant notamment en direction des marchés qui donnent le ton : les États-Unis, le Japon, la Chine. Et pour couronner le tout, les Chinois et les Indiens

achètent châteaux et vignobles. De
quoi inciter les Français à mettre de

l'eau dans le vin de leur « splendide
isolement » ?

noot 1 la chaptalisation: het alcoholgehalte verhogen door het druivensap te ontzuren en te
verzoeten