

Séance publique hors les murs du 16 avril 2014
au Conseil Général de Meurthe-et-Moselle



Communication de Monsieur Jean-Robert Pitte
Membre de l'Académie des Sciences morales et politiques
Membre associé-correspondant national de l'Académie Stanislas



**Le terroir, un art de vivre à la française,
une ouverture sur le monde**

Le mot latin *territorium* a donné naissance à plusieurs mots français, parmi lesquels « territoire » qui désigne un espace approprié, en particulier d'un point de vue politique, et « terroir » qui désigne la terre considérée par rapport à l'agriculture. À propos de terroir, le *Dictionnaire agricole* Larousse évoque « des aptitudes agricoles particulières dues à la nature du sol, au microclimat local, à l'exposition des coteaux », point de vue strictement naturaliste, fréquent chez les agronomes et chez les propriétaires de parcelles produisant des crus réputés dans les vignobles de qualité. Ce n'est pas faux, mais c'est très partiel. Roger Dion, qui enseigna longtemps la géographie historique de la vigne et du vin au Collège de France, écrivait : « Le rôle du terrain dans l'élaboration d'un grand cru ne va guère au-delà de celui de la matière dans l'élaboration d'une œuvre d'art. » En d'autres termes, d'une planche en sapin, on peut confectionner un stradivarius ou une caisse à savon.

Dans le contenu d'un terroir, entrent un certain type de sol, un microclimat, des disponibilités en eau et surtout un savoir-faire paysan, perfectionné de génération en génération ou récent, mais révélant toujours une facette des potentialités de l'espace considéré. C'est ainsi que les coteaux champenois ont produit pendant des siècles du vin rouge avant de se tourner à partir du

XVII^{ème} siècle vers le vin mousseux que l'Angleterre avait mis à la mode et que les consommateurs du monde entier continuent à payer très cher. Même si le prix du champagne est surévalué par rapport à d'autres vins blancs, l'essentiel pour le producteur est qu'il plaise, ce qui justifie le maintien de la physionomie de ce terroir.

L'idée de Roger Dion selon laquelle le terroir n'est qu'une sorte de page blanche, d'un certain grain il est vrai, choque beaucoup de monde, tant chez les producteurs que chez les scientifiques. Les enjeux financiers de la production de qualité sont tels que rabaisser le terroir physique équivaut à remettre en cause bien des privilèges et donc la valeur du capital foncier. Lorsqu'on connaît le prix de la terre dans certaines appellations prestigieuses (environ 100 millions d'euros payés par LVMH au printemps 2014 pour les 8 ha du Clos des Lambrays à Morey-Saint-Denis), on le comprend. Si le prix du vin qui en provient est justifié par un plaisir intense, il convient de s'incliner. En revanche, lorsque déçoivent des premiers ou grands crus du négoce, pourtant vendus à prix d'or, le terroir perd son auréole de nature bénie pour révéler la médiocrité de certaines pratiques vigneronnes et commerciales qui gâchent tant de potentialités, qui trahissent tant de promesses et de rêves.

Jacques de Lanversin, un universitaire-vigneron méridional, écrivait en novembre 1993 dans *La Revue du Vin de France* : « Je crois très sincèrement que les mérites imputables au seul vigneron ne représentent pas plus de 10 % parmi l'ensemble des mérites qui aboutissent à créer un vin excellent. » Une telle idolâtrie du volet environnemental du terroir ne peut reposer que sur une volonté de préserver un capital foncier. Elle est partagée par la plupart des viticulteurs des grandes appellations. Imagine-t-on un grand violoniste déclarer que son inoubliable interprétation du concerto de Beethoven doit 90 % à son stradivarius et 10 % à son talent ? Plus séduisante est l'idée d'Aubert de Villaine, cogérant du Domaine de la Romanée-Conti qui produit les vins les plus chers du monde. Pour lui, compte tenu des méthodes éprouvées de vinification et d'élevage en usage dans ses chais, la qualité des vins et la valeur des millésimes dépendent essentiellement de l'excellence des raisins vendangés. Certes, les crus qu'il produit proviennent de la partie du versant de Vosne-Romanée la plus propice à produire des grands vins et les micro-nuances du sol et du climat expliquent les différences de personnalité entre eux, mais Aubert de Villaine n'omet pas de rappeler que des siècles d'expérience et de perfectionnements ont précédé l'actuelle viti-viniculture pratiquée au domaine. La sélection massale des greffons est encore aujourd'hui matière à recherche, la culture est biodynamique depuis une dizaine d'années, avec engrais au seul compost des sarments de taille et des marcs, les rendements sont compris entre 20 et 30hl/ha, soit deux fois moins qu'ailleurs. Rien n'est négligé et aucune

dépense n'est économisée pour améliorer la qualité du raisin. On voit au travers de cet exemple extrême à quel point il n'est pas raisonnable de vouloir répartir en pourcentages l'œuvre de la nature et celle des hommes dans un produit qui résulte d'une fusion. En matière agricole, l'Homme n'est jamais totalement déterminant, car une grêle, une sécheresse, un coup de froid peuvent compromettre irrémédiablement une récolte, mais les Éléments ont rarement le dernier mot, tant les agriculteurs déploient des trésors d'imagination et de sensibilité pour les canaliser, les magnifier, parfois les contrer. C'est une œuvre aléatoire, aussi complexe et exaltante que l'éducation d'un enfant ; elle réclame doigté, humilité, questionnement et remise en cause permanente ; elle est au fond une bonne image de ce qu'est la condition humaine, entre volonté et obéissance, entre réussite et échec. Comme l'écrivait Pierre Veilletet en 1992 dans *L'amateur de bordeaux* : « Il n'existe pas de vignobles prédestinés, il n'y a que des entêtements de civilisation ».

Si l'on admet cette approche floue du terroir, se pose alors le problème de la délimitation des aires d'Appellation d'Origine Contrôlée. Elle repose en France sur la nécessité garantie par la loi d'usage *locaux*, *loyaux* (ce sont de bonnes choses) et *constants* (on se demande bien pourquoi, sauf à vouloir graver dans le marbre des rentes de situation). L'ancienneté de la vocation d'un terroir n'est ni bonne, ni mauvaise en soi ; elle est objectivement neutre, même si elle fait rêver. Songer que l'on buvait déjà du très bon vin - pour le goût de l'époque - à l'Hermitage ou à Condrieu dans l'Antiquité procure un sentiment comparable à celui de l'archéologue découvrant la momie de Ramsès II. Mais déguster un délicieux vin blanc issu de pinot noir des coteaux de Maastricht aux Pays-Bas où renaît une viticulture de qualité à la faveur du réchauffement climatique procure un immense plaisir. La loi ne doit pas nécessairement suivre les mœurs et le goût, elle ne doit pas non plus se draper dans la roideur. En matière de règles de production agricole et de délimitation de terroirs, elle ne peut et ne doit qu'encourager l'excellence et la créativité, en condamnant les faux-semblants.

Il faut comprendre aussi qu'il est dangereux de s'enfermer dans une défense frileuse du terroir et d'une manière générale de l'identité culturelle. Si les Hommes ont besoin d'enracinement, ils sont aussi nomades et aptes au métissage culturel. Dès lors, l'avenir des terroirs se dessine de manière ouverte. S'il n'est pas sain de les figer, puisqu'ils sont évolutifs comme les langues et les cuisines, il est essentiel de les faire vivre et de les exploiter avec imagination. Le monde moderne, confronté à ce qu'il est convenu d'appeler mondialisation, a besoin de reconnaître la différence des lieux et des hommes à tout instant. Paysages, langues, coutumes courent le risque de l'uniformité et l'humanité, en conséquence, celui de l'ennui et de la mort. La diversité est mère de la vie et le terroir en est une expression libre.

Pleurs et grincements de dents proviennent depuis longtemps du monde viticole français ou, tout au moins, d'une partie de celui-ci : les représentants des vins de table, des vins de pays, des grandes appellations génériques (bordeaux, bordeaux supérieur, entre-deux-mers, côtes-du-Languedoc, beaujolais, touraine, côtes-du-Rhône, etc.). Une seule exception : la Champagne qui ne parvient pas à satisfaire toute la demande et a désormais le droit de stocker ses excédents de rendements des années « fastes » pour les années de petite récolte, au mépris de toute éthique qualitative.

Que demandent les vignerons et négociants qui geignent ? Bien entendu, comme c'est l'habitude en France, des subventions, des dégrèvements fiscaux, des prix garantis par l'État et versés par celui-ci, même lorsque la mévente oblige à distiller pour déstocker. Qu'importe si l'on a tout fait depuis des décennies pour augmenter les rendements (clones productifs, engrais, etc.), qu'importe si personne ne veut plus consommer certains vins sans grâce ni esprit : la solidarité de la Nation doit jouer pleinement et les contribuables doivent éponger les résultats de choix économiques absurdes que l'État n'a rien fait pour éviter. Sous prétexte que les coopérateurs languedociens ont le sang chaud et qu'ils descendent vite dans les rues de Béziers lorsqu'ils sont mécontents, on n'a pas poussé la logique qualitative jusqu'au bout et on a laissé en production assistée d'immenses vignobles de plaine plantés en aramon et autres médiocres cépages. Sur les 18 millions d'hl de vin que produit le Languedoc, 8,5 sont des vins de pays dont beaucoup sont d'une insigne platitude et 4 des vins de consommation courante, au-dessous de tout. Il est évidemment impossible d'obtenir du bon vin sur des sols riches et profonds, en taillant long et en récoltant 200hl/ha.

Dominique Bussereau, Ministre de l'agriculture du gouvernement Villepin, avait confié en janvier 2006 une mission de réflexion au Préfet Bernard Pomel, qui a exercé les fonctions de Directeur des services de la région Languedoc-Roussillon de 1986 à 1994 et de Directeur de la Mission d'aménagement du littoral de la même région à partir de 2004. L'objectif fixé était de définir « une nouvelle stratégie, indispensable pour conserver à la viticulture française la place d'excellence qu'elle occupe dans l'économie nationale et le rayonnement du pays ». Bernard Pomel a rendu son rapport en mars 2006. Il y suggérait de réagir face à la mondialisation en partageant les vins en deux catégories : ceux qui répondent au « marketing de l'offre », c'est-à-dire ceux qui relèvent du terroir et de la typicité, sous-entendu du luxe élitiste, et ceux qui relèvent du « marketing de la demande », soit les vins de pays et les vins de table, « identifiés en particulier par leur marque et par un cépage ». Cette vision repose sur l'idée qu'une partie des nouveaux consommateurs sont incapables d'apprécier les qualités des vrais vins de terroir et donc d'en payer le prix ; il suffit alors de répondre à leur attente immédiate et de leur proposer des vins passe-partout,

uniquement marqués par le goût d'un cépage, éventuellement « parfumé » au tannin de chêne issu de copeaux ajoutés dans les cuves. Un allègement des étiquettes leur simplifierait encore plus la vie, par exemple « vin de France » d'une marque unique facile à mémoriser. Le tour serait joué et il n'y aurait guère de différence entre le vin et le coca cola. Pour prendre une comparaison musicale, boire du vin passe-partout procurerait la même émotion que celle qu'on éprouve en écoutant un disque rayé.

Ce qui est proposé, c'est le renoncement à l'effort entrepris dès le Moyen Age par de nombreuses régions viticoles pour promouvoir l'originalité, la personnalité vigoureuse des vins, sortir par le haut de la concurrence en accentuant la différence et en éduquant la clientèle. Le succès du bourgogne, du bordeaux, du champagne mousseux n'est rien d'autre qu'un processus d'amélioration constante de la qualité, de renforcement de la typicité, de séduction des marchés, y compris par la création d'une image, celle-ci ne pouvant entraîner d'effet commercial que si elle repose sur des qualités réelles.

Il est bien naïf de croire que l'imitation des méthodes du nouveau monde peut sauver le pan de la viticulture française qui se porte mal. Ce n'est pas parce que l'on irriguera, que l'on privilégiera les six cépages « vendeurs » que sont le merlot, le cabernet-sauvignon, la syrah, le pinot, le sauvignon et le chardonnay, que l'on « vanillera » les vins rouges aux copeaux de chêne, que l'on sauvera la plaine du Languedoc. Ne serait-ce que parce que les coûts du foncier et de la main d'œuvre sont sans commune mesure. Quelle coopérative ou quel négociant français, aussi gros soit-il, parviendra à mettre sur le marché américain, frais de transports et de douane inclus, une bouteille de vin de cépage à deux euros ? C'est pourtant le prix affiché - je dis bien deux euros pile - en 2006 dans une supérette du centre de Paris pour une bouteille joliment habillée de sauvignon du Chili, sans finesse, mais sans défaut. C'est également le prix de certains vins de table sud-américains vendus dans les magasins populaires japonais ouverts 24 heures sur 24.

À côté de cela, on observe que de nombreux producteurs du nouveau monde et de l'hémisphère sud s'orientent aujourd'hui vers la qualité et donc le vin de terroir. C'est évident en Californie, ce que le film *Sideways* montrait joliment, au moment où le démagogique Mondovino remplissait les salles de cinéma. C'est vrai de l'Argentine, du Chili, de l'Afrique du Sud, de la Nouvelle Zélande, de l'Australie où le nombre des bons vins est en plein essor. Évoquons également l'Europe où disparaissent les vignobles à vin de table au profit des vins d'appellation qui rendent passionnant le tourisme œnologique sur notre vieux continent : en Allemagne, en Autriche, en Hongrie, en Italie, en Espagne, au Portugal. Il faudrait ouvrir les yeux. Chez tous nos voisins, la consommation

baisse, mais la qualité et la diversité augmentent. Pourquoi ? Tout simplement parce qu'il y a dans le monde de plus en plus d'amateurs éclairés qui savent faire la différence entre un vin technologique et un vin géographique ressemblant à son terroir et porteur de la sensibilité de ses producteurs. Les nombreux connaisseurs du Japon savent parfaitement distinguer les grands crus de Gevrey-Chambertin et leurs propriétaires. Il y en a même sans doute plus que de Français. C'est une erreur majeure de penser que les vins de cépage sont bien assez bons pour les nouveaux marchés de consommation et que tout s'arrangera si l'on simplifie la liste des AOC. C'est le même dangereux fantasme qui prône l'abandon de la langue française sous le prétexte que moins de locuteurs la parlent et que le monde ira mieux quand tous les habitants de la planète parleront un pauvre *basic english*. Pour faire bon poids, ajoutons à la panoplie de l'idéal citoyen du monde une nourriture aseptisée et des vêtements uniformes, une conception unique de la condition humaine, de la morale et de la politique : *Le meilleur des mondes*, enfin, l'univers totalitaire rêvé par les grands dictateurs du XX^{ème} siècle.

Une anecdote qui remonte au début des années 60 et qui concerne l'industrie automobile est bien éclairante à ce sujet. Constatant la présence de nombreuses 4cv Renault dans les rues de Tokyo, le jeune géographe François Doumenge qui négociait alors des accords de pêche entre la France et le Japon dit au PDG de la Régie Renault de passage à l'ambassade de France : « Ne pensez-vous pas qu'il serait judicieux de construire une usine produisant des 4cv au Japon ? » La réponse de l'industriel vaut son pesant d'or : « Vous n'y pensez pas, Monsieur, jamais ces gens ne sauront construire une voiture. Il vaut mieux conserver notre industrie et nos emplois en France et continuer à exporter notre production. » Appliquons cela au marché viticole actuel. Si la Chine plante partout des vignes sur son territoire, au point qu'elle est devenue le 7^e producteur de vin au monde, ce n'est pas la peine d'essayer de vendre aux amateurs passionnés des grandes villes de l'Est des bouteilles de vin de cépage français, forcément beaucoup plus onéreuses et pas meilleures que les vins chinois. Il faut l'admettre et en tirer rapidement les conséquences. En revanche, prendre son bâton de pèlerin, aller apprendre aux Chinois à déguster le vin avec sensibilité - moins le blanc en particulier -, former des sommeliers, exporter nos productions, surtout celles qui sont uniques et donc inimitables, même à coût modéré, organiser des visites d'importateurs chinois dans nos vignobles : voilà un investissement utile et une attitude intelligemment offensive.

Alors, objectera-t-on, que proposer aux malheureux producteurs français qui ne savent comment écouler leur production ? Il n'y a pas de solution plus raisonnable que de les aider à se reconvertir dans une autre activité ou à

s'implanter sur un terroir propice à la qualité. Il en existe partout, souvent à proximité immédiate des mauvais : les coteaux du Languedoc, par exemple, où un fantastique effort a été accompli ces dernières décennies. Dans les zones d'appellations génériques, on peut obtenir des résultats magnifiques à condition de diminuer drastiquement les rendements (réencépagement avec des clones plus sages ou des pieds issus de la sélection massale, suppression des engrais, taille sévère, vendanges en vert si nécessaire, etc.), d'utiliser les méthodes les plus naturelles possibles (sols vivants, levures naturelles), d'élaborer des vins ressemblant au millésime. Certains y parviennent en Beaujolais, en Mâconnais, en Touraine, en Côtes-du-Rhône, en Provence et même en Bordelais : ils n'éprouvent en général aucun souci pour vendre leur vin, quelle que soit la taille de leur exploitation. Il est clair qu'ils obtiennent de meilleurs gains s'ils commercialisent eux-mêmes en bouteilles, mais cela représente un important travail supplémentaire.

Non, le terroir n'est pas le luxe et ne doit pas concerner uniquement « une production exceptionnelle ». Il est à la portée de tout le monde. La meilleure preuve est qu'il existe actuellement de très bons vins de terroir pour sept euros ou moins chez le propriétaire, pour peu que l'on sache choisir : du gros-plant, du muscadet, de l'anjou, du saumur, du bourgueil, de l'aligoté de bourgogne, de charmants petits bordeaux, du bergerac, du jurançon, du gaillac, du corbières, du coteaux-du-Languedoc ou du côtes-du-Luberon, de l'aligoté de Bourgogne, du friand beaujolais et du gentil mâcon, etc. Bien entendu, à côté des ces jolis vins, il existe aussi de grands flacons dont le prix atteint plusieurs centaines d'euros. Il y a un marché mondial pour cela et les producteurs ne demandent rien à personne. Ils sont les locomotives de la profession, comme les grands couturiers le sont du prêt-à-porter, lui aussi d'une extraordinaire complexité dans l'éventail de ses marques, ce qui ne semble nullement gêner la clientèle.

Le terroir est une vieille idée qui mérite d'être revisitée sous toutes les latitudes et de sortir de son acception purement agricole et agro-alimentaire pour gagner toute la vie économique et culturelle. La mondialisation est une chance à saisir car elle facilite les échanges entre les peuples. Or ceux-ci ne peuvent se révéler passionnants et fructueux que si la diversité demeure aussi grande que possible à la surface de la terre. C'est pour cela que, bien loin d'être empreint de la nostalgie du bon vieux temps, le terroir est un concept éminemment moderne, porteur de partage et de joie de vivre, donc de paix.