



## Le vignoble de Bordeaux: un vignoble en crise profonde

Michel Rejalot <sup>1</sup> 

<sup>1</sup> Centre d'Etude des Mondes Modernes et Contemporains (CEMMC), Université Bordeaux Montaigne, France; Institut des Sciences de la Vigne et du Vin (ISVV)

**Résumé.** Depuis une quinzaine d'années le vignoble bordelais est largement décrit comme traversant une crise. D'un point de vue commercial, la notion de crise se rattache à la baisse de la consommation sur le marché intérieur, mais aussi sur les marchés extérieurs, dont certains, encore jugés prometteurs il y a quelques années, n'auraient nourri que de faux espoirs. Les prix traduisent logiquement ces difficultés, stagnants à des niveaux très bas, notamment pour les entrées de gamme, mais aussi pour les segments intermédiaires. Cette crise commerciale induit par contrecoup une crise viticole et sociale, bien lisible dans la concentration des structures foncières comme entrepreneuriales et dans la baisse régulière des surfaces plantées. La recherche de baisse des coûts de production se traduit probablement par une précarisation des conditions de travail d'une certaine catégorie de main-d'œuvre. Tout cela résulte pour beaucoup d'observateurs de l'accroissement d'un hiatus entre les attentes des marchés d'un côté et les caractères organoleptiques, l'image et les représentations affectant les vins de Bordeaux de l'autre. Ceux-ci semblent désormais incarner à peu près tout ce que les nouvelles générations de consommateurs de vins, développant des modes de consommation alternatifs, rejettent assez largement : les vins rouges, plus ou moins concentrés et alcoolisés, puissants, associés à des repas solennels et protocolaires.

**Mots-clés:** Bordeaux, vin, vignoble, crise, identité

**Abstract.** For more than fifteen years, the Bordeaux vineyard is going through a crisis. From a commercial point of view, crisis is linked to the decrease in consumption, not only in the domestic market, but, without exception, also in foreign markets. Stagnant at very low levels, prices reflect these difficulties, especially for entry and intermediate ranges. This commercial crisis brings in turn a crisis of the vineyard and a social crisis. It can be seen in the reduction in number of the land structures, entrepreneurial structures, and also the reduction in planted areas. The research of lower production costs, let probably see an increase of insecurity job for the poorest vineyard working class and seasonal workers. Many observers note a gap increase between market expectations on the one hand and the bordeaux wine organoleptic characteristics, representing an identity on the other hand. Facing development of new modes of consumption (light white wines,

CORRESPONDENCE:

 Domaine Universitaire, 19 esplanade des Antilles, 33607 Pessac, France  
 [michel.rejalot@u-bordeaux-montaigne.fr](mailto:michel.rejalot@u-bordeaux-montaigne.fr)

sparkling wines and light rosé wines), Bordeaux wines express what the new wine consumers generation is nowadays rejecting: heavy and alcoholic red wines drunk during protocol and solemn meals.

**Keywords :** Bordeaux, wine, vineyard, crisis, identity

---

## Introduction

Depuis le milieu des années 2000, voire au-delà, le vignoble bordelais est régulièrement décrit comme traversant une crise, crise plus ou moins latente et masquée par des événements conjoncturels (série de petites récoltes maintenant des prix encore acceptables) entre 2008 et 2017, mais crise avérée à partir de 2017-2018. Ce qualificatif de « crise », récurrent, provient autant des médias que des milieux professionnels ou des chercheurs. Ainsi les journalistes multiplient allusions et références explicites : « *La crise rattrape le Bordelais* »<sup>1</sup> ; « *Bordeaux : sous les crus, la crise* »<sup>2</sup> ; « *La crise rattrape les vins de Bordeaux* »<sup>3</sup> ; « *Les vins de Bordeaux en crise ?* »<sup>4</sup> ; « *Vins de Bordeaux, la crise s'aggrave fortement* »<sup>5</sup> ; ou encore « *Vins de Bordeaux, la crise économique est sévère* »<sup>6</sup> ; « *Salon Vinexpo : le vignoble de Bordeaux dans une crise profonde* ».<sup>7</sup> Les responsables de l'interprofession ne sont pas en reste : « *cette crise est sans précédent* »<sup>8</sup>, tout comme le Président de la Fédération des Grands Vins de Bordeaux (FGVB) : « *Nous vivons une crise inédite qui oblige l'ensemble de la viticulture girondine à s'adapter (...)* »<sup>9</sup>. Si l'on s'en tient maintenant aux formulations des chercheurs, on constate qu'elles s'apparentent beaucoup à celles des journalistes et des professionnels. Le spécialiste du management rédigeait dès 2007 un article intitulé « *La crise des vins de Bordeaux : une recherche d'explication* » (Gintrac, 2007). Géographes et économiste présentaient il y a 6 ans un « *Essai géographique sur la crise du Bordeaux* » (Hinnewinkel, Corade & Vélasco, 2015). Quant à l'œnologue, celui-ci n'évoquait-il pas récemment « *(...) une crise (...) Une crise équivalente à celle du Phylloxéra qui arrive. Une crise identique dans son ampleur* ».<sup>10</sup> Et l'archevêque de Bordeaux affirmait de son côté « *la crise viticole n'est pas une fatalité*.<sup>11</sup> » Mais si fréquentes et répétitives soient-elles, on pressent à ce stade combien ces expressions utilisant le mot *crise* désignent des choses relevant de toute évidence de domaines assez variés, laissant une impression de flou et n'aidant guère à la compréhension des problèmes. Loin de prétendre ici apporter une ou plusieurs pistes de sortie, ou même un quelconque modèle interprétatif, l'objectif, plus modestement, est de caractériser les différentes dimensions que recouvre cette expression de « *crise viticole bordelaise* », expression sans doute commode mais fourre-tout. Aussi nous semble-t-il possible d'aborder cette crise du vignoble et du vin de Bordeaux à travers trois dimensions qui interagissent fortement entre elles : une dimension commerciale, une dimension viticole et sociale, enfin une dimension identitaire.

## **1. Une crise en premier lieu commerciale**

### **1.1. Des ventes en souffrance sur une majorité de marchés**

#### **1.1.1. L'inquiétant déclin du marché national**

Sur le marché national, qui constitue à lui seul 50 à 65 % des débouchés entre 2000 et 2020, où la consommation moyenne de vin par habitant ne cesse de diminuer, le bordeaux, quoique toujours leader, voit ses parts de marché se réduire depuis 2006. 1,6 millions d'hl étaient vendus en 2007, 1,5 en 2010, 1,4 en 2013 et moins d'1,25 en 2016<sup>12</sup>. Les bordeaux sont en pratique les vins français qui reculent le plus sur leur marché national, notamment face à la vallée du Rhône et au Languedoc. Et Bordeaux est directement touché à travers son premier canal de vente, celui de la Grande Distribution. Après avoir constamment progressé depuis son apparition dans les années 1970, ce canal a représenté à lui seul de 45 à 50 % des ventes totales de Bordeaux dans les années 2000, et encore 46 % en 2016<sup>13</sup>. Mais il tend désormais à délaisser Bordeaux. Ce désintérêt se lit plus particulièrement dans la dynamique et la structuration des foires aux vins, concept apparu au milieu des années 1970, très porteur dans les années 1980 et 1990, durant lesquelles le bordeaux accaparait à lui seul un minimum de 50 % des référencements d'un catalogue, parfois davantage. Cette part s'effrite régulièrement, pour passer à 41 % en 2005 et 36 % en 2015<sup>14</sup>. Et à l'automne 2019, Bordeaux n'occupait plus que 32 % des volumes et 43 % de la valeur des vins AOP distribuées dans ces foires. Les sorties de rayons régresaient de 10 % en volume et 13 % en valeur pour les foires 2019, après avoir déjà encaissé un recul de respectivement 17 % et 9 % en 2018.<sup>15</sup> Et si certaines données récentes montraient un regain d'intérêt pour les achats auprès de canaux secondaires, en particulier des cavistes, les volumes concernés, trop faibles, ne permettaient pas de compenser l'important déclin du bordeaux en Grande Distribution.

#### **1.1.2. Insuffisance des relais de croissance extérieurs**

Quant aux marchés extérieurs, absorbant 35 à 50 % des ventes de Bordeaux selon les années, ils peinent à répondre aux espérances mises en eux. Leur dynamique n'a pas permis de compenser le repli national. Dans un marché mondial du vin relativement stagnant depuis la crise de 2008, l'interprofession comptait pourtant sur les exportations à la fin des années 2000 pour soutenir la croissance avec comme objectif d'inverser les proportions entre marché national et marchés étrangers. Deux zones géographiques devaient soutenir cette expansion des ventes, l'Extrême Orient chinois et l'Amérique du Nord, seules régions dans lesquelles les études de marchés s'accordaient à voir des taux de croissance à deux chiffres.<sup>16</sup> Et il est vrai que le décollage timide du marché chinois au début des années 2000 s'est brutalement transformé en croissance exponentielle entre 2005 et 2012. Avec plus de 500 000 hl, la Chine s'imposait en 2014 comme le premier marché des vins de Bordeaux à

l'étranger. Mais depuis, l'évolution des ventes est plus incertaine. La lutte contre la corruption engagée en 2013 par le gouvernement a fortement réduit la consommation dans les banquets officiels et les repas d'affaires, tout comme la pratique des petits ou gros cadeaux<sup>17</sup>. La spéculation sur les grands crus n'est plus aussi effrénée. Si la Chine demeure un marché essentiel, le temps des folles croissances appartiendrait déjà au passé.

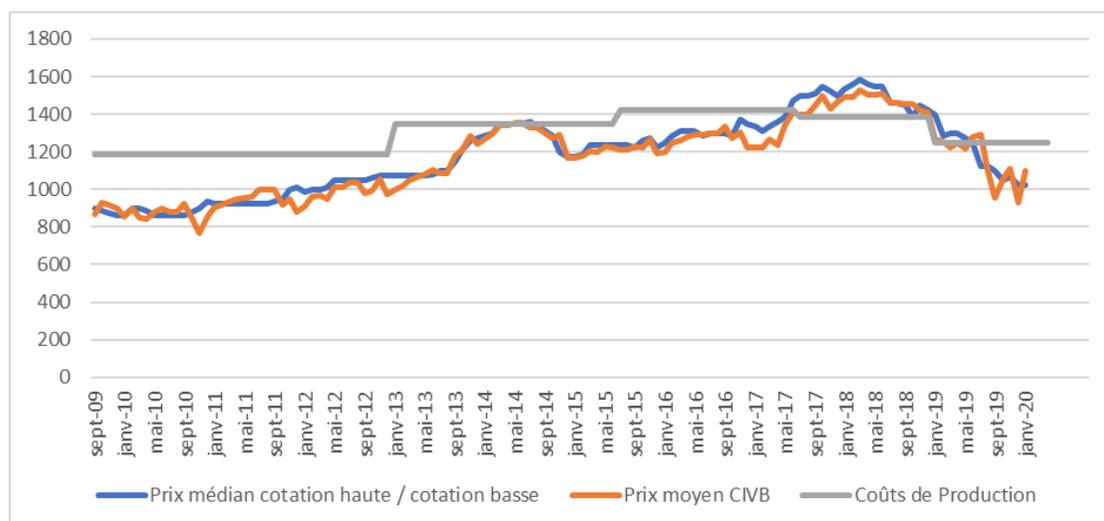
Quoiqu'il en soit, cette apparition bienvenue d'un nouvel importateur de taille, attirant tous les regards, n'est pas parvenue à compenser la diminution régulière des achats dans la plupart des autres marchés extérieurs anciennement établis. Les cas de la Belgique, du Royaume-Uni et de l'Allemagne sont à cet égard éloquents. Ces trois marchés traditionnellement importants pour Bordeaux ne cessent de décliner depuis 2000. Si chacun de ces pays recevait de 350 000 hl à 450 000 hl par an, l'Allemagne réduisait année après année ses achats pour tomber à 150 000 hl en 2019. La Grande-Bretagne et la Belgique environ 170 000.<sup>18</sup> Quant aux Etats-Unis, leurs achats s'accroissaient, mais d'une proportion finalement bien plus modeste qu'attendue et plutôt irrégulière (150 000 hl en 2000, 110 000 en 2004, 160 000 en 2007, 115 000 en 2009, 195 000 en 2019). On reste toujours loin des volumes atteints en... 1985 ! (250 000 hl)<sup>19</sup>.

## **1.2. Creusement des écarts de gammes**

Ces difficultés commerciales d'ensemble cachent par ailleurs d'importants contrastes sectoriels. Car la situation des grands crus reste bonne, voir excellente. Bien qu'ils ne représentent que 3 à 5 % des volumes, ils accaparent 20 % de la valeur marchande des bordeaux et trouvent toujours preneurs dans le monde. Avec plus d'un milliard d'euros, ils constituent bon an mal an 50 % de la valeur bordelaise exportée. Regroupant les flacons facturés plus de 22,5 euros l'unité, ce segment progressait encore de 12 % en valeur sur un an en juin 2020 (1,154 milliards d'Euros) après avoir connu une croissance comparable en 2019.<sup>20</sup> Mais à l'échelle du vignoble, la bonne santé des grands crus, outre qu'elle peut apparaître insolente à ceux qui subissent la mévente<sup>21</sup>, ne compense pas les difficultés des autres segments. *In fine*, les chiffres révèlent l'ampleur des difficultés commerciales, en particulier sur le plan des volumes. Entre 2007 et 2017, les ventes de bordeaux, tous types confondus, ont diminué de plus d'un million d'hl, soit une contraction de 20%<sup>22</sup>, du jamais vu depuis les années 1970. Et si l'on examine les sorties de chais depuis 2000, le repli est encore plus marqué, passant de 6 millions d'hl à 4 millions, soit une baisse de 33 %.<sup>23</sup>

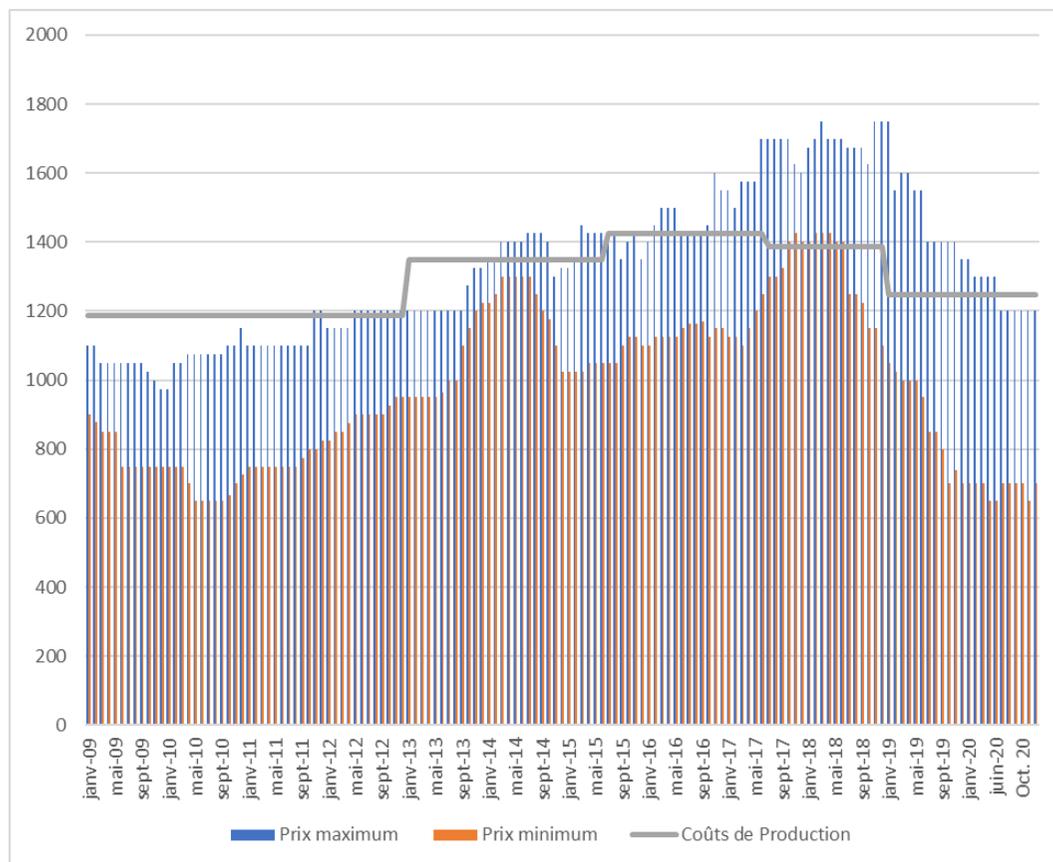
### 1.3. Des prix de vente au plus bas pour la majorité des productions

Inévitablement, la crise commerciale se traduit dans les prix. S'il est difficile de connaître en détail les prix pratiqués par une foule d'opérateurs, il convient en revanche de s'intéresser aux cours du vrac, qui concernent bon an mal an 50% des volumes girondins et servent traditionnellement d'indicateurs de la santé économique du vignoble. Ces indicateurs, aussi imparfaits soient-ils, restent d'autant plus intéressants qu'ils concernent en priorité la partie la plus modeste de la production girondine, celle des appellations génériques dont la sensibilité aux variations des prix est la plus forte. Après les records enregistrés en 1997, pour un équivalent de 2100 euros le tonneau<sup>24</sup>, les prix ont par la suite entamé une baisse régulière pour dégringoler de 50 % dans les années suivantes et parfois bien davantage. Si l'on excepte les petites récoltes en volume (2013 et 2017), qui ont contribué à soutenir ponctuellement les cours, on ne peut que constater que depuis le début des années 2010 (Fig. 1), le cours moyen du bordeaux rouge produit en viticulture conventionnelle s'établit dans une fourchette de 800 à 1300 euros<sup>25</sup>. Les prix supérieurs sont rares, cependant que des chutes encore plus fortes, à moins de 750 et même 650 euros sont fréquentes (Fig. 2), conduisant à un arrêt des cotations en 2020, là encore du jamais vu. Si les écarts de prix entre les lots les mieux payés par le négoce et ceux les plus mal rémunérés (Fig. 2) se resserrent nettement en période de faible récolte (2013, 2017) ils se creusent en revanche fortement en période de faible demande, les prix pouvant varier du simple au double (fin 2019, début 2020). Sur la



**Figure 1.** Cours du bordeaux rouge conventionnel (le tonneau), en Euros, rapportés aux coûts de production

**Sources:** Syndicat des courtiers en vin de Bordeaux et de la Gironde; Chambre d'Agriculture de la Gironde



**Figure 2.** Cours du bordeaux rouge conventionnel (le tonneau ; moyenne mensuelle des deux derniers millésimes disponibles à la vente, non pondérée des volumes) en Euros, rapportés aux coûts de production

**Sources:** Syndicat des courtiers en vin de Bordeaux et de la Gironde ; Chambre d'Agriculture de la Gironde

décennie 2010/2020, le cours moyen bas du bordeaux rouge en production conventionnelle (Fig. 2) s'établit à 980,94 € le tonneau, et le cours moyen haut à 1331,11 €. Le prix médian s'établit à 1156,03 €, le prix moyen à 1148 €<sup>26</sup>. Or en 2012, pour un rendement moyen de 50hl / ha<sup>27</sup>, les coûts de production s'établissaient à environ 1186 € le tonneau<sup>28</sup> pour des ventes en vrac et à 1271 pour des ventes en bouteilles<sup>29</sup>.

Plus récemment, toujours pour un rendement moyen de 50 hl / ha, et selon les itinéraires culturels retenus, le coût de production d'une bouteille de 75cl de Bordeaux en 2018 s'établissait entre 2,45 et 3,05 euros<sup>30</sup>. Dans le même temps, 44 % des ventes de bordeaux en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) s'effectuaient à moins de 4 euros la bouteille<sup>31</sup>. Compte tenu du nombre d'intermédiaires dans ce

canal (courtier, négociant, logisticien, transporteur, centrale d'achat...) c'est dire l'extrême faiblesse ou même l'inexistence des marges et de la profitabilité, quel que soit l'intervenant considéré. Les bordeaux réellement profitables, c'est-à-dire vendus plus de 6 € la bouteille, ne comptent que pour 24 % des ventes. Entre ces deux extrêmes, 33 % des ventes se positionnent entre 4 et 6 €<sup>32</sup>, n'autorisant que ponctuellement une profitabilité correcte, et pas forcément pour tous les intervenants de la filière. Il convient cependant de préciser que les vins bio se valorisent beaucoup mieux, en moyenne le double des vins conventionnels si l'on s'en tient aux cours du vrac. Ils apparaissent enfin profitables quels que soient les segments considérés. Mais cette viticulture bio, quasi inexistante en 2000 (Célérier, 2016) et couvrant 7 % des surfaces du vignoble en 2018<sup>33</sup>, demeure très secondaire dans l'offre globale.

Ces chiffres montrent à coup sûr que des causes conjoncturelles (Brexit, taxes Trump aux Etats-Unis, pandémie de la COVID...), pouvant certes constituer des difficultés non négligeables ou même considérables, ne sauraient expliquer une atonie commerciale inscrite depuis 10 à 15 ans maintenant, voire davantage, atonie qui relève de problèmes probablement plus structurels. Et tenter d'expliquer ces reculs quantitatifs globaux par les faibles volumes de certains millésimes, en particulier 2013 et 2017, comme cela a pu être parfois lu, est plus qu'hasardeux, d'autant qu'en 2020 « *les chais sont pleins de vins de qualité à des prix attractifs.* »<sup>34</sup> Et d'ailleurs, face à ces stocks très importants, la distillation de crise faisait son apparition en Gironde en 2020. Les demandes portaient sur pas moins de 780 000 hl pour la région<sup>35</sup>, dont 728 000 hl pour la Gironde, la plus forte demande de tous les départements viticoles. Fin 2020, plus de 2000 viticulteurs girondins avaient souscrit un prêt garanti par l'Etat (PGE), afin d'assurer la survie de leur exploitation<sup>36</sup>. Au total, ces persistantes difficultés commerciales se doublent de plus en plus d'une crise à la fois viticole et sociale repérable à de nombreux signes.

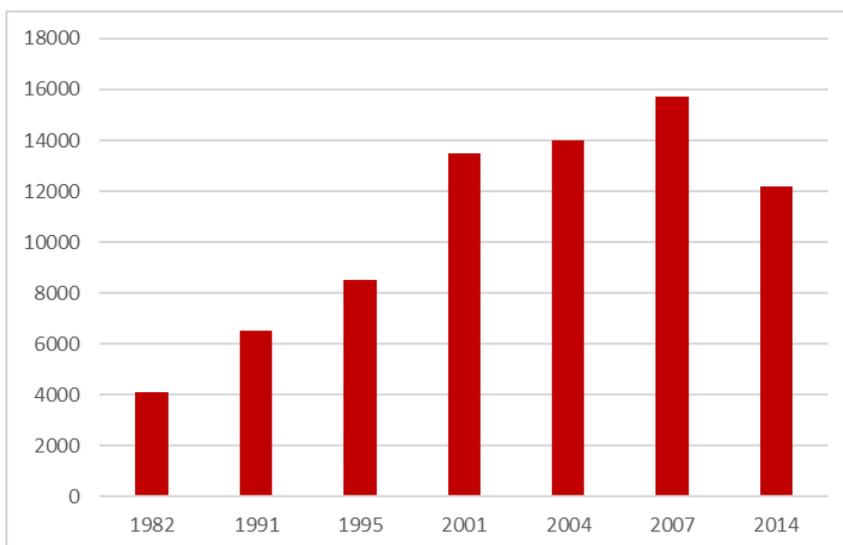
## **2. Des difficultés commerciales aux difficultés viticoles et sociales**

### **2.1. Entre contraction, concentration et abandons**

S'il n'est pas possible de vendre beaucoup ni de vendre bien, les prix de revient restent stables ou augmentent sensiblement. Une bonne partie de la viticulture est prise dans une crise en ciseaux et se trouve placée sous l'injonction d'une adaptation par les coûts, à travers la recherche d'économies d'échelle et de recentrage sur les cœurs de métier, quand ce n'est pas l'abandon pur et simple. Ainsi les surfaces plantées, qui étaient passées de 100 000 ha en 1960 à plus de 123 000 en 2006, se réduisent depuis pour repasser sous les 113 000 ha en 2020. Ce déclin brutal a d'ailleurs été stimulé par la prime à l'abandon définitif qui a été versée pour plus de 4000 ha.<sup>37</sup> La concentration est perceptible dans la réduction du nombre de déclarants

de récolte : au nombre de 12000 en 1996, ils n'étaient plus que 8300 en 2016<sup>38</sup> soit une baisse de 30 %, alors que les surfaces n'ont grosso-modo diminué que de 10 % dans le même intervalle<sup>39</sup>. La taille moyenne de l'exploitation viticole girondine, qui était de 8 ha en 1988 est passée à 13 ha en 2000 et 19 ha en 2020.<sup>40</sup>

Un indicateur sans doute assez révélateur de cette dynamique impitoyable de concentration est celui du nombre de très grandes exploitations, s'étendant sur plus de 100 ha. En 1995, seulement 15 exploitations franchissaient ce seuil. En 2014, on en comptait plus de 40<sup>41</sup>. Et certaines de ces exploitations atteignent désormais des tailles tout à fait inhabituelles en pays de vignoble. A Gornac dans l'Entre-deux-Mers, voici une exploitation regroupe 300 ha auxquels il faut adjoindre 80 ha en Médoc. Non loin de là, à Ladaux, un voisin regroupe plus de 400 ha de ceps. Toujours dans l'Entre-deux-Mers, à Massugas, cette autre exploitation est passée de 20 ha en 1990 à 670 en 2013, dont 270 en faire valoir direct. Ce processus de concentration foncière est encore remarquable si l'on considère qu'en 2014, une centaine de viticulteurs cultivaient à eux seuls plus de 20 000 ha de vignes, soit 18 % de la surface totale du vignoble. Et en 2020, à peine 15 % des unités de production mettaient en valeur 50 % du foncier viticole girondin.<sup>42</sup> On notera enfin que le nombre de marques viti-vinicoles bordelaises recensées en 2014 par le célèbre Féret a diminué pour la première fois depuis les années 1980.



**Figure 3.** Nombre de marques vitivinicoles recensées dans le Féret

L'exigence de réduction des coûts jointe aux difficultés chroniques de recrutement de main-d'œuvre, auxquelles s'ajoute encore le problème de transmission des exploitations, jouent en faveur des viticulteurs les plus

anciennement installés et les mieux équipés. Ces derniers reprennent en fermage ou achètent à bas prix le foncier dévalorisé des exploitants ne pouvant plus faire face aux charges et aux investissements que les normes, chartes et règlements toujours plus nombreux et plus contraignants imposent chaque année : « *D'un côté, on nous demande de faire de mieux en mieux, d'investir dans des achats de matériels, et honnêtement, je vous le dis, le petit viticulteur, à 1200 €<sup>43</sup>, je ne sais pas comment il s'en sort.* »<sup>44</sup> Et la concentration touche aussi les sites coopératifs qui tendent à se regrouper pour massifier l'offre face à des distributeurs eux-mêmes toujours plus concentrés. La réduction des coûts est un des principaux objectifs, grâce à la mutualisation et à la suppression de postes administratifs tout en espérant une meilleure capacité à capter les aides publiques autour de projets de territoires et de filière plus imposants. En 2017 fusionnaient d'un côté les caves de Sauveterre-Blasimon et de Baron d'Espiet, d'un autre les caves de Lustrac et Cussac-Médoc. En 2018 les vigneronnes de Saint-Pey de Génissac rejoignaient ceux de Saint Christophe de Double pour créer la cave *Louis Vallon*, premier producteur de bordeaux générique en Gironde, à la tête de 4700 ha, représentant 10 % de l'AOP. Si l'on regarde le cas du Médoc, là où coexistaient 14 coopératives nées entre 1938 et 1970 (Roudié & Hinnewinkel, 2001), les fusions successives n'en laissaient plus que 6 en 2018.<sup>45</sup>

Un dernier aspect probable de la crise sociale du vignoble est perceptible dans la composition humaine des exploitations. Si le personnel salarié se répartit de façon relativement équilibrée par tranche d'âge et sans grand bouleversement d'un recensement à l'autre, ce n'est pas le cas des non-salariés, qui se signalent par un vieillissement continu. En 1988, 25% des chefs d'exploitation viticoles girondins avait moins de 40 ans. En 2010, ils n'étaient plus que 20 %<sup>46</sup> et seulement 17 % en 2018<sup>47</sup>. Inversement, 58 % des chefs d'exploitation avaient plus de 51 ans en 2018<sup>48</sup>. Dans un contexte de crise commerciale prolongée n'incitant pas de jeunes repreneurs à prendre les commandes, ce caractère de vieillissement toujours plus marqué ne peut à son tour que faciliter la concentration foncière.

## **2.2. Le grand écart des prix du foncier viticole**

Certainement la crise est-elle encore perceptible sous l'angle des prix du foncier viticole, qui traduisent assez finement les différentes dynamiques et trajectoires économiques que les territoires viticoles de la Gironde ont traversé depuis 25 à 30 ans. Assez modérés jusqu'en 1995, peut-être sous l'effet du gel destructeur de 1991, les prix grimpent nettement à partir de 1996 pour l'ensemble des appellations, dans un cadre de demande nationale et mondiale soutenue pour les vins de Bordeaux. Cette première phase de montée de l'ensemble des prix s'achève début 2000, période où s'enclenche une véritable dissociation. D'un côté, les AOC prestigieuses (Saint-Emilion, Pomerol, communales du Médoc et Pessac-Léognan) poursuivent leur

ascension tarifaire, de façon modérée jusqu'en 2006 puis par une véritable flambée jusqu'en 2020. Ainsi dans les années 2014-2020, l'ha de vigne se négocie-t-il autour d'1,1 millions d'€ à Pomerol, d'1,2 à Margaux et à Saint Julien, 2 millions à Pauillac, avec des pics à 2,3 à Pauillac et 4,4 à Pomerol.<sup>49</sup> Les appellations intermédiaires (satellites Saint-Emilion, AOC régionales telles que Haut-Médoc, Graves...) progressent à nouveau jusqu'en 2018 avant de se tasser. Enfin les appellations génériques (bordeaux, bordeaux supérieur, côtes...) stagnent à des niveaux médiocres jusqu'en 2018 avant de véritablement s'effondrer. Aussi l'hectare de côtes de bordeaux évolue-t-il entre 18 et 22 000 € maximum, cependant que le bordeaux générique rouge ou blanc ne vaut guère plus de 15 000 € l'ha, et peut chuter jusqu'à 6000<sup>50</sup>, soit l'un des prix viticoles les plus bas de France. La grande faiblesse des prix est enfin notable pour certaines appellations intermédiaires ou prestigieuses, notamment celles des vins liquoreux. Les appellations de la rive droite (Loupiac, Cadillac, Sainte-Croix du Mont) ne dépassent pas le prix d'un ha de bordeaux générique (15 000 €), tandis que l'on atteint péniblement 35 000 € à Sauternes.<sup>51</sup> Sur la longue durée, le grand écart dans les prix du foncier est donc patent. « *Si la situation n'est pas nouvelle, ces disparités ne cessent de s'accroître et de se renforcer.* »<sup>52</sup> Concluons sur les prix du foncier en observant que pour une base 100 en 1991, l'ha de vigne est passé en 2018 à 180 à Saint-Emilion, 300 en Pessac-Léognan, 475 à Pomerol et 990 à Pauillac, alors qu'il s'affaissait à 50 à Fronsac, et à 20 à Sauternes (Schirmer, 2020, p. 65)

### **2.3. Précarisation du travail le moins qualifié ?**

D'un point de vue plus immédiatement humain, la crise du vignoble ou tout au moins d'une majorité de ses composantes serait indirectement repérable dans le profond changement des conditions de travail de certaines catégories de salariés. Face à l'impérieux besoin de réduction des coûts, passant entre autres par une flexibilité accrue du temps de travail, on observe depuis 15 à 20 ans une accélération notable de l'externalisation des postes, notamment les moins qualifiés. Cette obsession de maîtrise des coûts se double à la vérité d'une pénurie de main d'œuvre, en particulier saisonnière, véritable leitmotiv des milieux agricoles en général et du monde viticole en particulier. Enfin, pour les employeurs, la multiplication des contraintes et obligations en matière d'hygiène et de sécurité a rendu illégaux ou trop coûteux les vieux usages de logement à demeure dans des conditions plus ou moins spartiates, en particulier lors des vendanges ou de la taille. Mais les besoins girondins en main-d'œuvre sont massifs, évalués par exemple à 14 619 emplois pour le seul Médoc, dont 70 % comme travailleurs saisonniers<sup>53</sup>. Ces différents motifs combinés entre eux nous permettraient de comprendre comment les Entrepreneurs Des Territoires (EDT) sont alors apparus comme une solution pour gérer ce problème de

main d'œuvre. Ces sociétés de prestation de services se sont multipliées, notamment en Médoc et en Libournais. Certaines emploient plusieurs centaines de personnes, à 92 % en CDD<sup>54</sup>, souvent issues des pays à bas salaires des périphéries de l'Union Européenne. Elles proposent une large gamme de prestations aux viticulteurs, de la taille à la vendange, en passant par les traitements phytosanitaires, les relevages, épamprages, rognages, broyage de sarments, défonçages, arrachages, plantations, complantations... Elles développent aussi leurs offres de service pour les travaux de chais tels que soutirages, filtrages, traitements des vins, embouteillage, etc. Entre 2000 et 2010, cette externalisation du travail viti-vinicole est passée d'un emploi sur 30 à un emploi sur 20<sup>55</sup> et se rapprochait d'un emploi sur 10 en 2015<sup>56</sup>.

Les conséquences de ce bouleversement du travail vitivinicole sont désormais pointées du doigt. Une corrélation effectuée entre cette sous-traitance et le « couloir de la pauvreté »<sup>57</sup> - peut-être pas toujours de la façon la plus rigoureuse qui soit - conduit certains auteurs à dénoncer une très forte précarisation du salariat agricole, tout comme l'émergence d'un véritable sous-prolétariat rural qui serait aussi intensément exploité que peu disposé à dénoncer le système dont il tire ses moyens d'existence (Delaporte, 2018). Certains élus dénoncent à leur tour les dérives dans les pratiques des EDT. Les moins scrupuleux se feraient aussi marchands de sommeil dans de vieux logements insalubres du centre des petites villes et bourgs plus ou moins en déshérence, par exemple à Pauillac : « *On n'est pas loin d'une forme d'esclavagisme moderne* »<sup>58</sup>.

Quelle que soit la réalité objective des difficiles conditions de travail dans le vignoble<sup>59</sup>, de tels constats posent aussi la question de l'image renvoyée par le monde viticole bordelais. Entre d'un côté la supposée ruralité harmonieuse, la civilisation policée balançant entre qualité de vie et luxe ostentatoire, et de l'autre une certaine réalité prolétarienne non assumée, le hiatus serait donc grand. L'image, les images comme les représentations renvoient donc à l'identité. Tout compte fait, la crise du bordeaux ne serait-elle pas enfin une crise identitaire ?

### **3. La crise identitaire, source ultime des désillusions bordelaises ?**

#### **3.1. Une image de plus en plus décalée**

Que sait-on de l'image du bordeaux ? Que nous disent les études et enquêtes d'opinions ? Car depuis le début des années 2000, celles-ci se sont multipliées et permettent de retracer les représentations les plus courantes sur ce vin, en France comme à l'étranger. De manière générale, tout converge pour dire que le bordeaux est un produit associé à la tradition, à la noblesse, au prestige. Mais aussi aux seniors, au statut, aux codes établis, aux repas familiaux et protocolaires, ainsi qu'à la solennité et à la prétention qui créent une certaine distance avec le

consommateur : « *Il intimide les plus jeunes, et peut être perçu comme étouffant par les plus modernes car conventionnel et arrogant.* »<sup>60</sup> De même « *L’imaginaire des vins de Bordeaux présente un certain défaut de proximité et de familiarité (...)* »<sup>61</sup>. En France comme à l’étranger, cette solennité et cette distance sont confortées par « *l’image du château* »<sup>62</sup>. Le « *bordeaux dans l’idéal* » étant en effet « *celui du château avec les vignes derrière* »<sup>63</sup>. A l’étranger, les résultats d’enquête confirmaient ces premières impressions : le bordeaux était perçu comme un « *vieux classique français* » en Grande-Bretagne, un vin « *démodé* » aux Pays-Bas, au Danemark et en Allemagne<sup>64</sup>. Quel que soit le pays étudié, le bordeaux serait enfin un vin « *formel* », d’accès « *compliqué* », finalement réservé à des consommateurs « *experts* »<sup>65</sup>. Et après tout, cette image très institutionnelle des vins de Bordeaux ne correspondait-elle pas à celle que les professionnels eux-mêmes avaient souhaité donner à leur produit et régulièrement conforter, par exemple à travers la communication autour de ce logo si emblématique du bordeaux des années 1980 et 1990, celui du verre à pied orné d’un nœud papillon de couleur bordeaux ? Ajoutons que Bordeaux véhicule l’image de vins « *très chers* », « *trop chers* », « *coûteux* »<sup>66</sup>, véritable paradoxe si l’on considère que le prix moyen d’une bouteille de bordeaux vendue en GD était de 4,71 € en 2013<sup>67</sup> et 6,17 € en 2018<sup>68</sup>. Mais il est vrai qu’un catalogue de foire aux vins, qui met en avant les grands crus bordelais et assimilés, donne volontiers cette impression de cherté.



**Figure 4.** L’ancien logo des vins de Bordeaux, jusqu’en 2003

Source: CIVB

Toujours est-il que ces images du bordeaux sont de plus en plus en décalage avec les nouvelles attentes des consommateurs, où qu’ils soient dans le monde. Les modes de consommations changent, à la fois à cause de la réduction du temps passé dans les repas familiaux comme officiels, mais aussi du fait des politiques de lutte contre l’alcoolisme<sup>69</sup>, enfin à cause de la transformation des goûts et des attentes. Dans cette reconfiguration de la consommation, on recherche des vins moins sévères et plus légers, moins alcoolisés<sup>70</sup>, plus faciles à boire dans des occasions plus informelles et plus occasionnelles<sup>71</sup> (en apéritif, en snack, devant un barbecue, en

pique-nique, en cocktails ou en brunchs, en bars-à-vins et de moins en moins au cours du repas quotidien). Le vin rouge est délaissé au profit du vin blanc, mais aussi des vins effervescents et plus encore des vins rosés dont les ventes ont augmenté de 28 % entre 2002 et 2017<sup>72</sup>. Or, non seulement le bordeaux véhicule l'image de la solennité officielle et du classicisme le plus installé, mais il incarne aussi et au plus haut degré connu le vin rouge, alors même que ses vins rosés<sup>73</sup> ou ses vins blancs tranquilles et effervescents parviennent mal à incarner le bordeaux archétypal.

Les professionnels girondins ne sont certes pas inconscients de ce décalage grandissant entre leur produit et les nouvelles attentes des marchés. Dès 2003, le logo du verre au nœud papillon était abandonné au profit d'un nouveau logo, une simple lettre « B » déliée, censée rendre plus jeune, décontracté, dynamique et moderne le produit. Les campagnes promotionnelles cherchent depuis lors à actualiser l'image du bordeaux, plus particulièrement en mettant en scène des professionnels, souvent jeunes et « branchés », dont de nombreuses femmes, dans le but de conquérir de nouvelles générations de consommateurs. Reste qu'après bientôt quinze ans d'efforts, on est en droit de s'interroger sur les résultats. En 2015, les études d'image en France montraient que bordeaux évoquait encore et toujours « *un classique* » pour 61 % des interrogés<sup>74</sup>. A l'opposé, ils n'étaient que 21 % à y voir un vin « *qui permet des découvertes* », 15 % à le trouver « *simple et accessible* », et seulement 9% à le juger « *fun* »<sup>75</sup>. Bref, des représentations anciennement fixées pèsent aujourd'hui très lourdement et négativement sur le bordeaux et rendent très difficile son adaptation. C'est en quelque sorte l'inverse exact de la situation du vin de Provence, « *aux représentations longtemps floues* » mais qui « *s'est imposé sur le marché national, puis européen et enfin mondial* » (Moustier, 2020, p. 177) dans les dernières décennies. Le succès des vins de Provence se construisant justement autour du rosé, qui représente désormais 89 % des volumes. Au point d'éclipser « *les efforts également réalisés dans la production de vins rouges et blancs* » (Moustier, 2020, p. 177).



**Figure 5.** Le nouveau logo des vins de Bordeaux, depuis 2003

**Source:** CIVB

Il est encore admis, tout au moins dans les milieux d'amateurs et d'œnologues, que l'image du bordeaux a souffert de certains comportements œnologues pratiqués dans les années 1980, 1990 et 2000. Face à l'émergence d'un système très

novateur d'appréciation et de classement des vins, structuré autour d'un véritable gourou et de son système de notation, les viticulteurs girondins se seraient mis à produire des vins destinés à plaire à Robert Parker, le critique américain dont les notes attribuées chaque année aux crus les plus en vue, décidaient du succès ou de l'insuccès commercial, de la fortune pour les uns et de la relégation pour les autres. Il en aurait résulté une forte tendance à l'uniformisation du goût des bordeaux, notamment des rouges. Toujours plus concentrés et extraits, fortement boisés, ces vins « *parkerisés* »<sup>76</sup> ou encore « *bodybuildés* »<sup>77</sup>, auraient fini par détourner de Bordeaux les amateurs. Loin de chercher à exprimer leur typicité et leur terroir, certains bordeaux seraient en quelque sorte devenus de purs produits marketing. En 2020, et bien que le « phénomène Parker » soit dépassé sinon déjà hors sujet, pèse encore sur le vignoble, à tort ou à raison, et paradoxalement sur une fraction de ses élites, l'idée qu'il s'agit d'une production « artificielle », coupée du milieu naturel comme « *de l'équilibre et de l'élégance qui font la véritable identité œnologique bordelaise* »<sup>78</sup>. Alors même que les attentes des consommateurs se tournaient de plus en plus vers les produits « authentiques » et de terroir, la contradiction validerait donc le constat fait par quelques auteurs sur les « *processus de déconnexion territoriale à l'œuvre dans toutes les appellations* » (Corade, Hinnewinkel, Vélasco-Graciet, 2013, p. 139), source même de la crise.

D'autant qu'à ces critiques ne débordant guère des milieux professionnels et des cercles d'amateurs, s'ajoutait soudainement une violente critique environnementale et sanitaire, cette fois-ci destinée au grand public. A deux reprises au moins<sup>79</sup> des reportages dénonçaient, dans un discours exclusivement à charge, l'emploi des produits phytosanitaires dans le vignoble de Bordeaux, déclenchant une vague d'émotion et d'indignation nationale, assortie d'une relance du « *bordeaux bashing* »<sup>80</sup>. Il est de fait que la viticulture bordelaise utilise largement la chimie de synthèse, en raison souvent avancée de « *facteurs (...) proprement bordelais, à commencer par un climat humide qui serait des plus défavorable au passage en bio* » (Célérier, 2015). Cet emploi de plus en plus large de la chimie à compter des années 1960, a été considéré comme un grand progrès agronomique, permettant de garantir, chaque année, des récoltes à peu près correctes. Les externalités négatives environnementales et sanitaires étaient ignorées ou paraissaient négligeables. Mais le souci quantitatif en agriculture laisse désormais place au souci qualitatif. L'environnement et la santé s'imposent lentement face à la pure efficacité agro-économique. Et ce d'autant que le vin prendrait « *parfois la coloration d'un produit se voulant plus « naturel », réceptacle des représentations idéalisées de la nature de la part des urbains* » (Poulot, Legouy & Berche, 2020, p. 45) et que ses territoires et paysages méritent protection et patrimonialisation (Delaplace & Gatelier, 2014). Le vignoble girondin, qui connaît une exigence de « transparence » sous les progrès conjoints de la patrimonialisation<sup>81</sup>, de la

touristification<sup>82</sup> et de la médiatisation est donc en proie aux contradictions. Le monde viticole bordelais doit faire sa révolution sous la contrainte sociétale, mais en attendant reste soumis au feu des critiques : « *Il n'y a pratiquement pas de vins naturels à Bordeaux.* »<sup>83</sup>

## Conclusion

Quoique touchant très inégalement les différentes catégories de vins et les différentes appellations, le vignoble bordelais traverse bien une crise, telle qu'il n'en a sans doute pas connu depuis plusieurs décennies. Parce qu'ils sont certainement rudes, notamment pour les catégories de producteurs et de salariés les plus touchés, les constats dressés dans ce rapide article doivent-ils donner à penser que le vignoble est dans une impasse ? D'aucuns en sont déjà convaincus. Cependant, ne faudrait-il pas aussi et maintenant mettre en évidence des éléments de résilience, qui ne manquent pas. A commencer par le fait que malgré l'image parfois profondément perturbée et dégradée de certains bordeaux, le bordeaux de manière générale reste une référence incontournable dans l'esprit des consommateurs. Qui aime bien châtie bien serait-on tenté de conclure, et le *bordeaux bashing*, si troublant soit-il, ne doit pas occulter le fait qu'avec 43 % de votes<sup>84</sup>, Bordeaux demeure le vignoble et le vin le plus aimé des Français, très nettement devant les suivants. Il y a là sans nul doute un vieux capital de sympathie qui ne demande qu'à être réactivé, dès lors que les correctifs vis-à-vis de certaines dérives passées seront apportés. Une crise peut se révéler efficace outil de remise en question. Tout le problème est que jamais sans doute la demande sociétale de transformation n'a été adressée avec autant d'intensité et de rapidité. C'est un changement de paradigme vitivinicole qui est lancé en défi aux professionnels. Mais déjà, la transition environnementale est devenue un véritable objectif. L'univers viticole bordelais se flattait récemment que la Gironde ait atteint en 2018/2019 le premier rang national de surfaces engagées dans la bio<sup>85</sup>, avec plus de 10 800 ha. Et affirme que, début 2020, 60% des surfaces sont certifiées par une démarche environnementale<sup>86</sup>. Des bordeaux sans sulfites ajoutés apparaissent. S'il y a encore beaucoup de chemin à parcourir, une dynamique semble engagée. Et pour finir, l'essor de l'oenotourisme, longtemps à la traîne (Schirmer & Randelli, 2009) mais à la croissance spectaculaire depuis 10 ans, ouvre à beaucoup les voies d'une diversification des ressources, grâce à la multiplication des visites payantes, de l'hébergement et de la restauration dans le vignoble, mais aussi de prestations de plus en plus variées (Randonnées, assemblages, expériences sensorielles, etc.). Et parvenir à faire boire un bordeaux rouge en apéritif, éventuellement sous des caractères organoleptiques adaptés, pourrait changer beaucoup de choses. La vitiviniculture est aussi... simple affaire de mode !

## Déclaration de divulgation

Aucun conflit d'intérêts potentiel n'a été signalé par les auteurs.

## Notes

---

<sup>1</sup> Le Parisien, 16 janvier 2004

<sup>2</sup> L'Express, 15 mai 2007

<sup>3</sup> Les Echos, 19 décembre 2008

<sup>4</sup> Slate, 1<sup>er</sup> juillet 2012

<sup>5</sup> Capital, 24 mars 2020

<sup>6</sup> Sud-Ouest, 23 septembre 2020

<sup>7</sup> France 24, 21 octobre 2020

<sup>8</sup> Bernard Farges, Assemblée générale du Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux (CIVB), 16 décembre 2019.

<sup>9</sup> Jean-Marie Garde, Président de la FGVB, in l'Union Girondine, n° 1177, juin 2020, p. 3

<sup>10</sup> Gilles de Revel, directeur adjoint de l'Institut des Sciences de la Vigne et du Vin (ISVV), interrogé in L'Union Girondine, n° 1165, mai 2019, p. 60

<sup>11</sup> Editorial de Mgr Jean-Pierre Ricard, archevêque de Bordeaux, 5 mai 2006, cité par Jacques Berthomeau: <http://www.berthomeau.com/2019/06/et-si-le-vin-dit-de-bordeaux-subissait-au-xxie-siecle-le-meme-declin-que-le-vin-de-table-du-languedoc-au-xxe-siecle.html>

<sup>12</sup> FranceAgriMer, 2016

<sup>13</sup> CIVB

<sup>14</sup> Armada, Externalisation commerciale, 26 sept. 2017

<sup>15</sup> Etude IRI pour compte du CIVB sur les Foires aux vins 2019 et 2018

<sup>16</sup> Etude du Cabinet IWSR pour Vinexpo, 2017

<sup>17</sup> Sans doute doit-on ajouter les enquêtes déclenchées par l'administration de Pékin contre les vins européens et notamment français, en réponse aux mesures tarifaires imposées en juin 2012 par l'Union Européenne sur les importations de panneaux solaires chinois.

<sup>18</sup> CIVB

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> La Tribune, 5 février 2020

<sup>21</sup> Sur une base 100 en 1995, le prix du tonneau de bordeaux rouge en vrac est passé à 110 en 2015 et sans doute bien moins en 2020. Sur la même période, le prix moyen des cinq premiers crus classés en 1855 passait à l'indice 934 (après avoir atteint 1500 en 2010) (Cubertafond in Schirmer dir. 2020, p. 238)

<sup>22</sup> Union des Maisons de Bordeaux, 2018

<sup>23</sup> DRAAF, Etude juin 2020

<sup>24</sup> Unité virtuelle de transaction, correspondant à quatre barriques de 225 litres, soit 900 litres.

<sup>25</sup> Syndicat régional des courtiers en vin de Bordeaux, Gironde et Sud-Ouest.

<sup>26</sup> En l'absence de publications des cotations moyennes depuis le printemps 2020, la période s'étend ici de janvier 2009 à février 2020.

<sup>27</sup> Rendement moyen décennal (2009-2020) dans le vignoble AOC Bordeaux.

<sup>28</sup> Afin de favoriser la comparaison entre les différents itinéraires proposés par la Chambre d'Agriculture de 2012 à 2019, pas toujours identiques d'une édition à l'autre, est retenu l'itinéraire technique suivant : exploitation de 25 à 35 ha, production conventionnelle, vignes larges à faible densité de plantation (3333 pieds / ha) rendement de 50 hl/ha. Il s'agit d'un itinéraire aux coûts parmi les plus bas.

- <sup>29</sup> Chambre d'Agriculture de la Gironde, Référentiel technico-économique du vigneron, 2012
- <sup>30</sup> Chambre d'Agriculture de la Gironde, Référentiel Economique du Vigneron, 2018
- <sup>31</sup> CIVB, 2016
- <sup>32</sup> Ibid.
- <sup>33</sup> Agence Bio, 2018
- <sup>34</sup> La Vigne, novembre 2020
- <sup>35</sup> Réussir Vigne, 9 juillet 2020
- <sup>36</sup> Sud-Ouest, 15 déc. 2020
- <sup>37</sup> DRAAF, op. cit.
- <sup>38</sup> CIVB
- <sup>39</sup> Voir infra.
- <sup>40</sup> DRAAF, op. cit.
- <sup>41</sup> Féret, 2014
- <sup>42</sup> DRAAF, op. cit.
- <sup>43</sup> Le tonneau de 900 litres de bordeaux rouge.
- <sup>44</sup> Réaction d'une viticultrice lors de l'assemblée générale des bordeaux et bordeaux supérieur le 1<sup>er</sup> février 2019 à Beychac et Caillau.
- <sup>45</sup> La Paroisse ; La Rose Pauillac ; Les Vignerons associés de Moulis, Lustrac et Cussac-Médoc ; Marquis de Saint-Estèphe ; Saint-Brice ; Unimédoc.
- <sup>46</sup> INSEE, Sriset, 2015
- <sup>47</sup> INSEE, Agreste, Etudes n°7, juin 2020
- <sup>48</sup> Ibid.
- <sup>49</sup> SAFER Aquitaine Atlantique et Agreste Nouvelle Aquitaine, Etudes n° 13, septembre 2020
- <sup>50</sup> Ibid.
- <sup>51</sup> Ibid.
- <sup>52</sup> INSEE, Agreste Nouvelle Aquitaine, Etudes n° 13, septembre 2020
- <sup>53</sup> Intervention de la consultante Michelle Klein sur le travail saisonnier en Médoc à l'occasion de l'Assemblée Générale annuelle des Entrepreneurs Des Territoires, le 23 février 2018 au Bouscat.
- <sup>54</sup> <https://www.edt-gironde.fr>
- <sup>55</sup> RGA, 2000, RA, 2010
- <sup>56</sup> R. Barrière, « Les entreprises de travaux partenaires « clé » de l'avenir de la viticulture », in l'Union Girondine, n° 1123, juillet 2015, p. 36-37.
- <sup>57</sup> Le « couloir de la pauvreté » est un espace mis en évidence par l'INSEE dans sa note *Pauvreté en ville et à la campagne, plus intense de la pointe du Médoc à Agen*, n° 194, juin 2011.
- <sup>58</sup> La Tribune, 7 oct. 2019
- <sup>59</sup> Sans doute n'est-il pas interdit d'établir un rapprochement entre ces difficultés sociales des employés du vignoble et l'ampleur du mouvement des « gilets jaunes » en Gironde en 2018 et 2019, qui a beaucoup surpris et étonné les commentateurs. Voir sur ce point : Jérôme Fourquet, « Pourquoi Bordeaux est l'une places fortes des gilets jaunes ? », IFOP Focus, n° 195, mars 2019
- <sup>60</sup> Les vins de Bordeaux, identification d'un positionnement, CIVB, Service Economie et Etudes, Notes et Documents n° 186, 2000
- <sup>61</sup> Semprini A., Vin et marketing ; l'avenir des vins de Bordeaux, quels enjeux à l'horizon 2010 ? Débat organisé le 14 décembre 2001 à la Cité Mondiale de Bordeaux.
- <sup>62</sup> Gatard & Associés, Les représentations du vin de Bordeaux en France et hors de France. Etude pour compte

du CIVB, 2005, 12 p.

<sup>63</sup> Ibid.

<sup>64</sup> Sociovision, *Mastering a changing world*, Rapport international pour compte du CIVB, Paris, 2011

<sup>65</sup> Ibid.

<sup>66</sup> Sud-Ouest, 5 juin 2010 ; Le Progrès, 8 fév. 2015 ; Le Journal TransAlpin, 24sept. 2016 ; Vitisphère, 28 oct. 2016, Le Monde, 4 mars 2017 ; Les Echos, 16 juil. 2019 ; Le Figaro, 17 juil. 2019 ; Capital, 4 déc. 2020, etc.

<sup>67</sup> Vitisphère, 9 janvier 2013

<sup>68</sup> CIVB, 2018

<sup>69</sup> Il ne s'agit pas ici de pointer sommairement et grossièrement ces politiques de lutte contre l'alcoolisme. Il est d'ailleurs difficile de savoir exactement ce qu'il en est. D'un côté, les professionnels de la vigne et du vin ne cessent de dénoncer ces politiques, plus particulièrement en ce qu'elles n'établissent aucune distinction entre le vin, ses modes de consommation d'un côté et les alcools forts de l'autre. En face, les addictologues soulignent volontiers le lobbying des milieux viticoles auprès des élus, pour détricoter année après année la politique de santé publique, par exemple la loi Evin.

<sup>70</sup> Sous ce rapport, l'évolution de la teneur alcoolique des vins de Bordeaux illustre bien le problème. Jusqu'aux années 1980, les bordeaux rouges titraient généralement entre 10 et 12 ° selon les millésimes. Et il était fréquent de chaptaliser les vendanges, en particulier dans les petites années. Mais depuis les années 1980, trois ou quatre facteurs se sont combinés pour enclencher une forte hausse des degrés alcooliques. Le réchauffement climatique est le plus souvent cité. Mais la forte progression du merlot (cépage précoce se gorgeant de sucre avec les fortes chaleurs estivales) dans l'encépagement, passé de 10 000 ha en 1961 à 70 000 en 2016, n'est pas sans conséquences. De même la limitation des rendements pour améliorer la qualité moyenne et enfin les pratiques d'effeuillage au-dessus des grappes ont eu comme effets la hausse régulière de la teneur alcoolique des vins, élaborés à partir de raisins de plus en plus sucrés, au point de faire quasiment disparaître la chaptalisation. Il n'est plus rare de tomber sur des bouteilles de bordeaux titrant 13,5°, 14°, 14,5° et parfois davantage. Ce type de vin toujours plus lourd et capiteux a inévitablement fini par attirer la critique, parfois sévère.

<sup>71</sup> FranceAgriMer, la consommation de vin en France, 2017

<sup>72</sup> CIVP, Observatoire mondial du rosé, 2018

<sup>73</sup> On notera que les rosés bordelais, à la robe traditionnellement assez couverte, se sont fortement éclaircis depuis 10 ans. Ils imitent en cela les robes très pâles des rosés de Provence, qui se sont imposés comme mètre étalon de ce type de vin. Quant au « bordeaux clairet », qui pourrait passer pour le type même du rosé bordelais, il se définit entre autres par sa couleur intermédiaire entre un rosé et un rouge, couleur jugée trop soutenue aujourd'hui. Avec 18 %, le bordeaux clairet demeure le « rosé » français à la plus faible notoriété, très loin derrière les côtes de Provence (76 %), le Cabernet d'Anjou (62 %) et Rosé d'Anjou (61%) (Source : CIVB, 2015). En ce sens, Bordeaux n'est pas prescripteur de norme sur ses propres vins rosés.

<sup>74</sup> Etude Wine Intelligence pour le CIVB, 2015

<sup>75</sup> Ibid.

<sup>76</sup> Selon Martine Coutier (Coutier, 2007, p. 313), le terme serait apparu en 1997 sous la plume d'Olivier Bruzek, journaliste au magazine Le Point.

<sup>77</sup> Sud-Ouest, 29 septembre 2019

<sup>78</sup> Mme Claire Laval, agronome, viticultrice à Pomerol et représentante de la Confédération paysanne, entretien, 7 oct. 2012

<sup>79</sup> Emissions *Cash investigation* de février 2016 et *Cash Impact* du 28 février 2018 sur France 2. Il s'agit là des épisodes certainement les plus connus. Mais d'autres pourraient être abordés, par exemple celui du documentaire *Vino Business* sur France 3 le 15 septembre 2014, ou bien les différentes enquêtes de l'UFC *Que choisir* en 2013 et 2017, ou encore des publications de l'association *Alerte aux toxiques* en 2020.

<sup>80</sup> Le Monde, 24 avril 2019 ; Le Figaro, 28 Août 2020

<sup>81</sup> Classement au patrimoine mondial de l'UNESCO en 1999 de la Juridiction de Saint-Emilion et du centre de

Bordeaux en 2017.

<sup>82</sup> En 2009, le Bordelais est devenu la première destination œnotouristique de l'hexagone (Atout France, 2009).

<sup>83</sup> Propos d'un restaurateur rapporté dans *Le Monde*, 20 juin 2017. Il y aurait évidemment beaucoup à dire sur cette expression de « vin naturel », le vin ne pouvant être, par définition, un produit naturel.

<sup>84</sup> Enquête So Wine, septembre 2019

<sup>85</sup> Agence Bio, 2018 ; Agreste Nouvelle Aquitaine, Etude n°7, 2020

<sup>86</sup> François-Thomas Bon, co-président de la commission technique du CIVB, 11<sup>e</sup> forum du développement durable, Palais des Congrès de Bordeaux, 7 février 2020. Ces différentes certifications font cependant l'objet d'appréciation très variées quant à leur valeur réelle.

## Références

- Célérier, F. (2015). La viticulture bio dans le vignoble bordelais, les liaisons dangereuses, *Pour*, GREP, n° 227, pp. 259-266.
- Célérier, F. (2016). *Vins et vigneron biologiques en France, une approche territoriale : les exemples du Bordelais et de la vallée du Rhône*, thèse de doctorat en géographie humaine, Université Bordeaux Montaigne.
- Corade, N., Hinnewinkel, J. Cl., & Vélasco-Graciet, H. (2013). La crise territoriale des appellations du Nord de l'Aquitaine, *Sud-Ouest Européen*, n° 36, pp. 135-148.
- Coutier, M. (2007). Dictionnaire de la langue du vin, CNRS éditions.
- Cocks, Ch. & Féret, E. (2014). Bordeaux et ses vins, l'édition du bicentenaire, 1814-2014, éditions Féret.
- Delaplace, M. & Gatelier, E., (2014). Patrimonialisation individuelle et collective et développement de l'œnotourisme en Bourgogne, *Territoires en mouvement, revue de géographie et d'aménagement*, n° 21.
- Delaporte, I. (2018). Les raisins de la misère, une enquête sur la face cachée des châteaux bordelais, Editions du Rouergue.
- Gintrac, A. (2007). La crise des vins de Bordeaux, une recherche d'explications, *Market Management*, 3(7), 63-87.
- Hinnewinkel, J. Cl., Corade, N., & Vélasco H. (2015). Essai géographique sur la crise du bordelais, coll. Vins, vignes et civilisations, MSHA.
- Moustier, F. (2020). Le vignoble provençal, une mutation qualitative réussie, in Vins, vignes et vigneron : quelles transitions ? *Pour*, n° 237-238, GREP, pp. 177-185.
- Poulot, M., Legouy, F., & Berche, G. (2020). Introduction, in Vins, vignes et vigneron, quelles transitions ? *Pour*, GREP, n° 237-238, pp. 45-53.
- Roudié, Ph. & Hinnewinkel, J. Cl. (2001). Une empreinte dans le vignoble. XXe siècle : naissance des Vins d'Aquitaine d'Origine Coopérative, LPDA Editions.
- Schirmer, R. (dir.) (2020). Bordeaux et ses vignobles, un modèle de civilisation, Editions Sud-Ouest.
- Schirmer, R. & Randelli, F. (2009). Les vignobles du Chianti et de Bordeaux : deux destinations touristiques que tout différencie?. *Colloque international des XXII<sup>e</sup> Entretiens du Centre Jacques Cartier, Patrimoines alimentaires et destinations touristiques : passion ou raison?*, Lyon, 30 novembre et 1er décembre 2009, Lyon, France. <https://halshs.archives-ouvertes.fr>