



HAL
open science

Les Enjeux internationaux de la reconnaissance et de la protection des appellations d'origine

Raphaël Schirmer

► **To cite this version:**

Raphaël Schirmer. Les Enjeux internationaux de la reconnaissance et de la protection des appellations d'origine. 2013. hal-00865215

HAL Id: hal-00865215

<https://hal.science/hal-00865215>

Preprint submitted on 24 Sep 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les Enjeux internationaux de la reconnaissance et de la protection des appellations d'origine¹

Pour qui voudrait bien y prêter attention, l'actualité de la protection des appellations d'origine est plus soutenue qu'il n'y paraît au premier abord. On pourrait citer la bourde – mais en est-ce vraiment une ? - effectuée à l'annonce du dîner d'investiture (21 janvier 2013) du second mandat du président américain Barack Obama. Un vin californien est alors qualifié de « *champagne* » et non de « *champagne de Californie* », voire même de « *sparkling wine* ». On pourrait évoquer les négociations internationales entre l'Europe et les États-Unis sur l'utilisation par ce pays des termes de *château* ou de *grand cru* ; la Représentation américaine au commerce extérieur (*United States Trade Representative* - USTR) a évoqué des entraves au commerce pour légitimer une simplification des réglementations². On pourrait encore mentionner la difficile question des droits de plantations qui agite l'Union Européenne depuis quelques années déjà, et qui risquerait de profondément déstabiliser le marché des vins sous appellation.

Mais il semble plus intéressant de s'arrêter sur les vins produits par la société 8th Estate Winery, située à... Hong-Kong. Elle propose des vins parmi les plus improbables qui soient, puisque située à la hauteur du huitième parallèle de latitude Nord, en pleine zone tropicale, dans une ville plus que millionnaire en nombre d'habitants, et en dehors de toute appellation. En réalité, les raisins viennent du monde entier : État de Washington pour les 2007, Toscane, Piedmont et Bordeaux pour les 2008, Australie (vallées de McLaren et de Clare) pour les 2010, Bordeaux pour les 2011³. On est loin des vins produits dans le cadre d'une cezn appellation d'origine...

Une telle chimère viti-vinicole invite à formuler deux constations. Tout d'abord, il est techniquement possible de produire des vins de *qualité*⁴ partout dans le monde (PITTE, 2000). A preuve, de nouveaux producteurs de vin de glace apparaissent sans cesse, ici au Brésil, là en Chine (Liaoning), plus loin en Australie (région de Margaret River). Un vin de glace chinois vient d'être proposé à Londres par le prestigieux magasin Berry Brothers and Rudd, caviste dont on ne saurait douter du sérieux. Ensuite, il semblerait que l'on assiste à une abolition des distances. Rien n'est plus aisé que de faire voyager du vrac ou des bouteilles de part et d'autre de la planète. L'apparition des vins du Nouveau Monde depuis le milieu des années 1980 le montre bien : alors que ces derniers ne comptaient à peine pour un pour-cent des échanges, ils représentent désormais presque vingt-cinq pour-cent des flux. Le monde devient plus fluide. N'y aurait-il par conséquent plus de frontières ? Les vins s'échangeraient-ils sans contraintes ? A l'évidence non. Les frontières sont les seuls remparts *OU* entraves au commerce – selon le point de vue que l'on adopte – qui existent à présent. Le blocage en mars 2013 des Cognac à la frontière de la Chine du fait de concentrations de phtalates⁵ supérieures aux normes qu'elle impose le montre bien. Tout comme le fait que ce même pays saisisse l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) en juin 2013 pour vérifier que l'Europe ne fausse pas la concurrence en dissimulant des aides à l'exportation de ses vins

1 Pour ce qui concerne le Chili, la recherche est menée dans le cadre de l'action ECOS-Sud n° C11H3 *Les Paysages du vignoble chilien : entre enracinement, intégration de nouveaux modèles et discours sur la vigne et le vin.*

2 <http://www.ustr.gov/sites/default/files/2013%20NTE%20European%20Union%20Final.pdf>

3 Mieux ou pire, des vendanges tardives de cabernet franc de l'Etat de Washington sont proposées, dont on peut douter qu'il s'agisse d'un vin de glace « naturel ». Un peu de cryo-concentration doit faciliter la production d'un tel vin.

4 On insistera sur le fait que par qualité, on prendra seulement ici le sens organoleptique du terme.

5 Il s'agit de molécules exogènes au vin, utilisées dans les processus industriels pour assouplir le plastique ; elles sont classées cancérigènes, mutagènes et reprotoxiques, mais à des seuils de détection qui varient selon les pays. Les normes chinoises sont plus restrictives que celles de l'OIV.

On le voit, dans le monde du début du XXI^e siècle, ce ne sont plus les volumes échangés qui comptent ; les normes, les définitions, les réglementations, voire même les brevets scientifiques sont d'une autre importance. C'est pourquoi la question de la protection des appellations d'origine devient un point de focalisation particulièrement fort. Des enjeux d'importance sociétale découlent du sort qui lui est réservée.

I. Un monde globalisé

Imaginons que nous soyons à Londres, en février 2012, dans une grande enseigne de supermarché face au rayon vin. Les bouteilles de chardonnay sont alignées côte à côte - et non plus rangées par régions comme c'était traditionnellement le cas -, dans une gamme de prix située entre 8 et 9,50 livres sterling. Tel vin de l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) Chablis est ainsi encadré par un chardonnay californien, un argentin et deux australiens. Ils auront à vol d'oiseau effectué cinq cent kilomètres pour le premier, et respectivement dix-sept, vingt-trois et trente-quatre fois plus pour les autres... On imagine combien, pour être compétitifs, ces vins doivent bénéficier de coûts de production moindres. On imagine aussi à quel point leur concurrence induit un télescopage des législations et des pratiques viti-vinicoles ; ils n'ont pas été produits dans les mêmes conditions et les mêmes réglementations, et sont pourtant tous présentés de façon identique au chaland londonien.

Le télescopage des législations et des pratiques viti-vinicoles provient de la mise en concurrence des vins les uns par rapport aux autres (tableau n° 1). Il est possible, à partir d'une poignée de critères, de mettre en évidence les différences substantielles en ce qui concerne ce point. L'exercice est certes difficile et rencontre de nombreuses limites - il est par exemple particulièrement délicat de renseigner la case « législation sociale » -, mais il montre des tendances.

Tableau 1 : Des vignobles en concurrence

	France	États-Unis	Chili	Australie
Coût du foncier	++	++	-	+/-
Production	-	++	++	++
Main d'œuvre (coût)	++	+/-	--	
Mécanisation	+/-			++
Législation sociale	++	+/-	--	+
Législation <u>envir.</u> Bio				
OGM	+	+	+	+
	-	+	+	+
Signe de qualité	AOC / AOP	<i>Am. Viticulture Area (AVA)</i>	<i>Denominación de Origen (D.O.)</i>	<i>Geographical Indication (G.I.)</i>
Cahier des charges	++			
Délimitation	+	+	+	+

Si l'on reprend les mêmes vignobles, les vins de Chablis nécessitent beaucoup plus de traitements phytosanitaires du fait d'un climat moins favorable que les autres régions. Ce sont autant de coûts supplémentaires (produits aspergés, passages des machines) pour le producteur. Alors que l'hectare de terre coûte en moyenne cent mille euros dans le Chablis, il est moitié moins cher à Mendoza. En Argentine toujours, le prix de la main-d'œuvre est dérisoire par rapport à nos standards européens⁶. Même les signes de qualité ne sont pas à mettre sur le même plan : alors que le viticulteur bourguignon doit respecter un cahier des charges strict, le producteur nord-américain est peu ou prou libre de produire ce qu'il désire.

Le premier inscrit son savoir-faire dans la durée à travers un cahier des charges rédigé collectivement qui est l'aboutissement « *d'usages loyaux et constants* »⁷. Il doit donc utiliser un type de cépage particulier (en l'occurrence « *les vins sont issus exclusivement du cépage chardonnay B* »), une densité de plantation minimale⁸, un type de taille (dont la taille éponyme) avec une charge précise, un palissage bien défini, *etc.* Au total, des précisions plus viticoles que vinicoles, comme c'est fréquemment le cas en France, qui induisent des paysages très normés. Ils sont façonnés collectivement par les producteurs de l'aire d'appellation. Celle-ci est subdivisée en sous-ensembles territoriaux selon une gradation qualitative, qui joue notamment sur les rendements. Ce sont autant de « *noyaux d'élite* » (KUNHOLTZ-LORDAT, 1963 ; voir à ce sujet HUBERT, 2010). Une délimitation stricte, à la parcelle, permet de faire émerger des Premiers Crus (fig. n° 1a). Cette hiérarchie spatiale et qualitative vise à faire naître un processus vertueux d'émulation entre les viticulteurs. La qualité des vins est donc définie très en amont de la production, avec bien sûr des phénomènes d'interrelation avec le marché de consommation.

Quant au second producteur, qui produit par exemple ses vins dans la vallée centrale californienne, il pourrait dépendre d'une *American Viticulture Area* (AVA), disons celle de Lodi. Ainsi n'a-t-il aucune spécification⁹ : il peut utiliser les cépages qu'il désire, la taille qui lui convient, et même ajouter du vin issu d'un autre cépage. Il peut aussi en cas de mauvaise année, inclure une proportion d'une année antérieure, faire venir des vins d'une autre zone à hauteur du quart aussi. Ce vin peut également être aromatisé en utilisant des copeaux de bois (sensés être plus séducteurs) ou désalcoolisé en cas d'année très ensoleillée. Tout est libre, un seul principe guide le fait d'utiliser telle ou telle technique : la santé du consommateur doit être respectée (CHAOUCH, et al., 2007).

En ce qui concerne la délimitation, les critères ne sont pas les mêmes non plus (fig. 1b). Alors que l'on part du *territoire* au sens fort du terme dans le premier cas, les *Geographical Indications* du Nouveau Monde viennent souvent créer le « territoire » dans le second. Et encore faut-il manier le terme avec précaution, puisqu'il peut être exempt de sentiment d'appartenance. La récente AVA d'Elkton¹⁰ (Oregon), officialisée en février 2013, couvre par exemple un espace de trente mille hectares, dont seulement quarante sont en vignes avec douze producteurs. Inclues dans l'*Umpqua Valley Viticultural Area*, elle s'en distingue par l'influence maritime de l'Océan Pacifique. La fragmentation de l'espace est légitimée par des différences climatiques, et non par un ensemble de pratiques viti-vinicoles, une histoire ou un aspect culturel. Le texte de loi fait directement référence aux travaux (p. 64) de Meynard Amerine (1911-1998) et Albert J. Winkler (1894-1989), qui

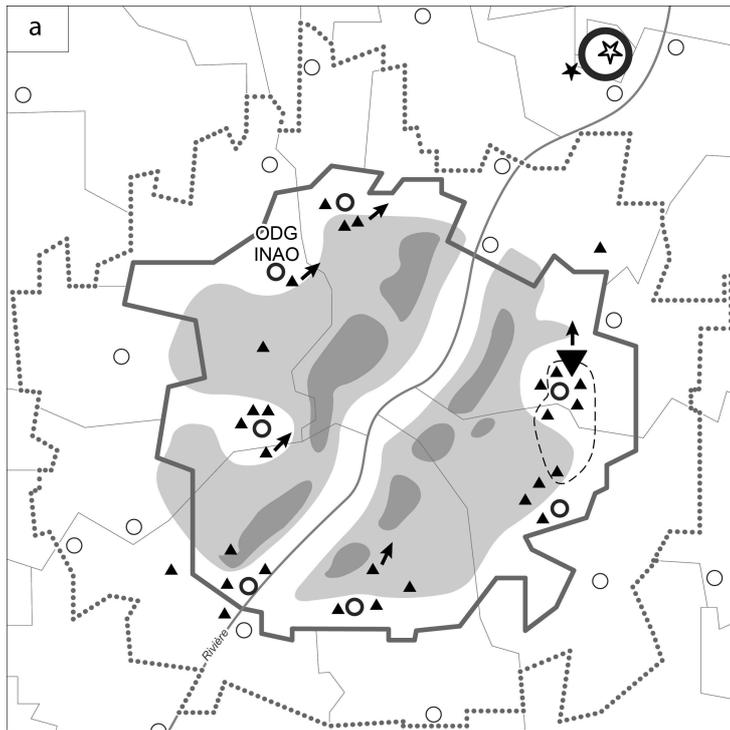
6 Entre 300 et 500 dollars américains pour les salariés, beaucoup moins pour les travaux à façon.

7 INAO : Cahier des charges de l'appellation d'origine contrôlée « Chablis » homologué par le décret n° 2011-1752 du 2 décembre 2011, JORF du 6 décembre 2011 ; http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/AOC_SOMM49_2.pdf ; p. 219-233.

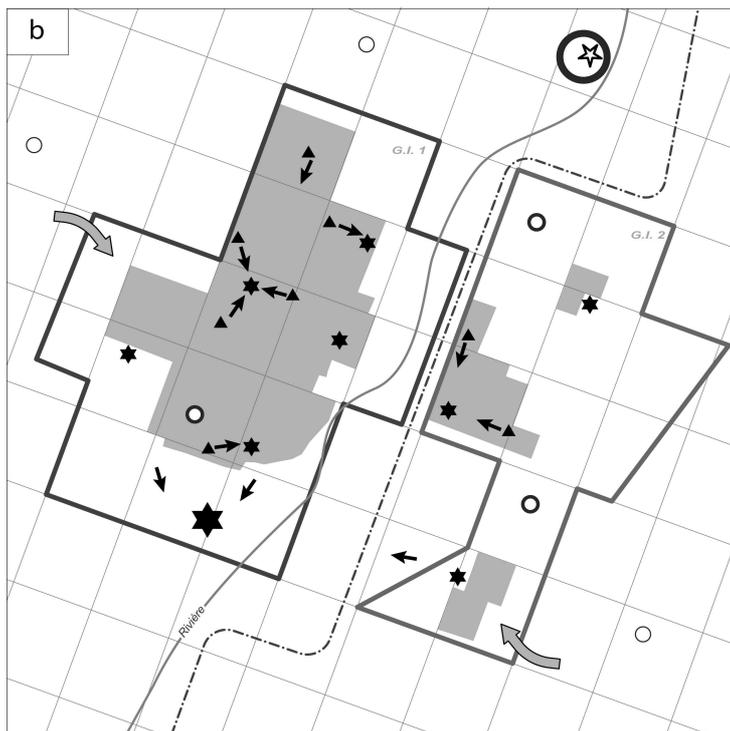
8 À titre d'exemple : « *les vignes présentent une densité minimale à la plantation de 5500 pieds à l'hectare, avec un écartement, entre les rangs, inférieur ou égal à 1,20 mètre, à l'exception des vignes plantées sur des pentes supérieures ou égales à 40 % pour lesquelles cet écartement est inférieur ou égal à 1,60 mètre ; - Les vignes présentent un écartement, entre les pieds sur un même rang, supérieur ou égal à 0,80 mètre.* ». *Ibid.*

9 <http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?c=ecfr;sid=bf700d0bbb2a632948b70fe7e91d7d4;rgn=div5;view=text;node=27%3A1.0.1.1.7;idno=27;cc=ecfr#27:1.0.1.1.7.3.41.87>

10 <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/FR-2012-06-19/html/2012-14920.htm>



- ▲ Viti-viculteur
- ▼ Coopérative
- ✱ Négociant
- ➔ Vente au négociant
- ✱ Comité interprofessionnel
- Aire de l'AOC
- ⋯ Aire de proximité immédiate
- - - Adhérents de la coopérative
- AOC Village / Premier Cru
- AOC Régionale
- Village inclus dans l'aire de l'AOC
- Autre village
- ⊙ Ville
- Limite communale



- ▲ Grapegrower
- ✱ Winery
- ✱ Super winery
- ➔ Vente de raisin
- ✱ Wine council
- ➔ Importation de raisin (jusqu'à 25%)
- Geographical Indication
- G.I. 1 Appellation 1
- G.I. 2 Appellation 2
- - - Limite entre deux domaines climatiques
- Vignes
- Petite ville incluse dans l'Appellation
- Autre petite ville
- ⊙ Ville
- Limite de Comté

UMR ADESS (CNRS-Univ. Bordeaux), 2013.

R. Schirmer, O. Pissot,

délimitent l'espace en s'appuyant sur le principe des degrés-jours (AMERINE, WINKLER, 1944). On est là dans un espace pionnier, qui teste des cépages, vérifie leur productivité, leur qualité et leur intégration dans un milieu donné, avant de pouvoir les planter (SCHIRMER, 2011). Le géographe Gregory Jones qui conseille les viticulteurs de l'Etat d'Oregon propose même un tableau qui permet de faire coïncider tel cépage avec tel espace climatiquement défini (JONES, et al., 2004).

L'approche est davantage conditionnée par le souci accordé à une matière première que l'on va chercher à produire dans les meilleures conditions. Les entreprises (*winery /ies*) achètent du raisin à des producteurs (*grapegrowers*) ; les rendements sont donc calculés en tonne par hectare. Aussi le regard porté sur l'espace à travers le prisme des cépages émane-t-il d'une vision marquée par l'aval de la production. Les Américains n'évoquent-ils pas, en parlant du secteur viti-vinicole, une « *industry* » ? Alors que ce qui prime est l'amont de la production en Europe, c'est l'aval dans le Nouveau Monde. En schématisant, à la *viti*-culture du premier ensemble culturel répond la *vini*-culture du second.

II. Choix de société ou prégnance du marché ?

Toute la différence qui existe entre les appellations et les *Geographical Indications* provient de ce que les premières visent à protéger un territoire et ses productions, alors que les secondes cherchent davantage à le créer à partir d'une situation radicalement différente.

L'appellation d'origine de l'Ancien Monde repose sur l'idée d'un patrimoine commun à gérer dans le cadre d'institutions démocratiques. Elle « *n'est nullement une propriété privée qui appartient aux propriétaires d'un vignoble. Elle est une propriété collective, bien commun de tous les viticulteurs de la région, dont chacun peut user, mais dont aucun ne doit abuser* » (Capus, 1947, p. 19). Elle s'inscrit dans des campagnes *a priori* densément peuplées, avec un nombre important de viticulteurs. Les Syndicats d'Appellation, remplacés par les Organismes de Défense et de Gestion (ODG), visent à permettre un juste fonctionnement de l'aire viticole (CÉLÉRIER, SCHIRMER). La création de territoires agricoles associés à un signe de qualité provient, à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, de la nécessité de garantir le consommateur d'une éventuelle fraude sur l'origine ou sur la qualité. La législation a toutefois une vocation plus étendue : elle vise à défendre les petits producteurs, en particulier contre le négoce, à lutter ainsi contre la désertification des campagnes, à patrimonialiser les savoir-faire, enfin à faciliter l'enracinement de la République dans les campagnes (Jacquet, 2009).

L'appellation d'origine fonde son modèle de développement sur l'exploitation familiale. Aussi les territoires du vin connaissent-ils une fragmentation toujours plus poussée à mesure que les viticulteurs cherchent à accroître la qualité de leurs vins et à les différencier par une typicité originale. On l'a vu avec le vignoble de Chablis. Des terroirs¹¹, fines délimitations dans lesquelles s'expriment les relations entre le milieu et le savoir-faire viti-vinicole, sont isolés. On peut lire cette dynamique comme une volonté de maîtriser la production face au négoce ; la mise en valeur du vin se fait à la propriété, la valeur ajoutée est mieux contrôlée par le viticulteur, la vente directe est beaucoup plus développée. Un constat fondamental en découle : hormis en Champagne et dans le Cognac, le négoce français demeure atomisé et atrophié.

11 L'Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO) définit ainsi le terroir : « *Le terroir est un espace géographique délimité, dans lequel une communauté humaine, construit au cours de son histoire un savoir collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains. Les itinéraires socio-techniques ainsi mis en jeu, révèlent une originalité, confèrent une typicité et aboutissent à une réputation, pour un bien originaire de cet espace géographique* ».

Rien de comparable dans le Nouveau Monde : peu ou prou dénué de paysanneries au sens européen du terme, il repose sur un tissu d'entreprises beaucoup plus réduit. C'est donc ce niveau supérieur qui est privilégié, avec une sorte de négoce doté d'une forte intégration des différents processus d'élaboration du vin, de la viticulture jusqu'à la vente. Système qui n'est pas sans faire penser à celui de certains grands vignobles européens dans lesquels ce sont les négociants, souvent anglais, qui ont historiquement dominé la production bien avant la création de Signes de qualité : Jerez (Espagne), Porto (Portugal) et Marsala (Sicile). La marque commerciale devient le gage de la provenance et de la qualité du vin.

Prenons l'exemple du Chili. Ce pays s'appuie sur un réseau de firmes très dynamiques : les *viñas*. Elles sont près de deux cent cinquante, caractérisées par une très forte concentration et une situation oligopolistique. Les quatre premières entreprises effectuent près de la moitié des ventes internationales. Ces entreprises conditionnent le pilotage du secteur, alors que les petits producteurs (*viñateros*) sont dans l'ombre. Aussi les Signes de qualité sont-ils très peu mis en avant : les *Denominación de Origen (D.O.)* sont absentes des discours des *viñas*. Signe tangible de ce désintérêt, la récente réforme de la loi¹² qui met en place des subdivisions *Costa*, *Andes* et *Entre Cordilleras* a été aussitôt critiquée par certains professionnels¹³. Il se plaignent de l'ajout de couches supplémentaires aux délimitations, arguant du fait que cela complique la lisibilité de leur offre et que les consommateurs ne retiendront jamais plus que quelques noms de vallées. En fait, les *D.O.* ont été imposées par l'Europe pour pénétrer son marché en limitant la force de frappe des entreprises du Nouveau Monde. Elle a cherché à circonscrire l'approvisionnement en raisins à des territoires bornés, interdisant un approvisionnement provenant d'un pays en entier¹⁴.

Les entreprises se situent à un autre niveau, celui d'un processus industriel, ce qui explique leur intérêt limité pour les Signes de qualité. Elles produisent des vins de marque - Concha y Toro vient d'ailleurs de recevoir pour la troisième fois consécutive le prix de la meilleure marque de vin pour son « *Casillero del Diablo* »¹⁵ -, dont les raisins proviennent des grandes vallées andines. Ce sont donc les certifications, selon des normes ISO, qui sont le cœur du discours normatif des *viñas*. De nombreuses sociétés extérieures, d'origine européenne ou américaine, établissent des certificats qui attestent du bon respect des normes établies dans le déroulement du processus industriel. Comme le Chili exporte les deux-tiers de ses vins, on comprendra aisément l'importance de ces certifications pour conquérir des marchés éloignés.

La qualité des vins est alors envisagée non par l'emploi des Signes de qualité mais par les notations des grands médias spécialisés : *Wine Spectator*, *Wine Advocate* de Robert Parker ou *Decanter*. Ce sont eux qui donnent la consécration mondiale aux entreprises en ce qui concerne la qualité des vins. Notamment par une notation sur cent, inspirée du système scolaire nord-américain, et telle qu'imposée par Robert Parker au reste du monde. Les fiches qui renseignent les vins proposés par les entreprises sont donc agrémentées d'une note exprimée en points. C'est la main invisible du marché qui trie le bon grain de l'ivraie. On comprendra l'importance symbolique des dégustations à l'aveugle pratiquée par la presse nord-américaine. Mieux, celles-ci « renvoie[nt] à des notions américaines de démocratie et de fair-play. Nul ne peut être lésé par le statut de l'étiquette ou le prix. De cette façon, chaque vin a une chance égale (...) » écrit le chroniqueur du *New York Times* Eric Asimov. (ASIMOV, 2012, p. 34). Alors que l'exercice démocratique est à la

12 Loi 18.455 décret n° 464 de 1994 révisé le 29 septembre 2012. Voir : <http://www.leychile.cl/Consulta/Navegar?idNorma=13601&idParte=0>

13 Lechmere, A., Furer, D., 2012, « *Doubt about value of new Chilean denominations* », *Decanter*, 27 November, en ligne : http://www.decanter.com/news/wine-news/530661/doubt-about-value-of-new-chilean-denominations?utm_source=Cheetahmail&utm_medium=email&utm_content=news+alert+link+281112&utm_campaign=Newsletter-281112&dec

14 Réglementation dont le revers de la médaille fut dans un premier temps d'interdire les vins de pays issus de toute la France ou de toute l'Espagne. Avant que la réglementation ne soit modifiée.

15 Prix décerné par la revue *Drinks International*. On retrouve une autre marque qui appartient également à Concha y Toro en 18e position, avec Cono Sur. En ligne : http://www.drinksint.com/files/Supplements/2012/Most_Admired_Combined_low_res_PDF_.pdf

base du fonctionnement des Signes de qualité en France, il est renvoyé ici aux portes du marché de consommation. Les médias jouent dans cette pensée un rôle de contre-pouvoir essentiel ; Robert Parker est fondamentalement influencé par le juriste Sam Dash (1925–2004)¹⁶.

Volonté de promouvoir un modèle d'aménagement des campagnes ici, espace pionnier marqué par la mainmise de puissantes entreprises dans le second cas¹⁷, les enjeux qui sous-tendent ces espaces sont diamétralement opposés. L'incompréhension est notable. Pour les tenants du libéralisme le plus aigu, les appellations d'origine ne sont autre chose qu'une façon déguisée pour le producteur de maintenir une rente abusive, de générer une entrave au commerce, et donc d'introduire une distorsion de la concurrence. Rente abusive, parce que seul le producteur de Chablis peut se targuer d'utiliser le terme, alors les Américains considèrent qu'il s'agit d'un produit générique. Interdire aux autres producteurs d'utiliser un tel terme équivaldrait à les empêcher d'accéder au marché. Distorsion de la concurrence enfin, parce que le Signe de qualité induirait, dans notre idéal au moins, un prix supérieur alors que rien ne prouve que la qualité le soit.

III. Des enjeux sociétaux

Davantage que de simples questions de fraudes et d'usurpation de nom, les enjeux qui découlent de la reconnaissance et de la protection des appellations d'origine, touchent au maintien de campagnes vivantes (DIRY, 2000). Ailleurs en Europe, on remarquera que la diffusion du modèle de l'appellation d'origine aura bénéficié au maintien de paysanneries associées à de remarquables paysages : Montepulciano (Toscane), Priorat (Catalogne) ou Rheingau (Allemagne).

C'est donc un choix sociétal de première importance ; il renvoie à un modèle de civilisation. Deux enjeux majeurs apparaissent dès lors.

Le premier enjeu que l'on puisse mettre en perspective concerne la définition même de ce qu'est le vin. Il ne s'agit pas d'une simple production agricole, mais bien d'une boisson de civilisation. Définie par la loi Griffé de 1889 et reprise par l'OIV en 1924, cette boisson résulte « *exclusivement [...] de la fermentation alcoolique complète ou partielle du raisin frais, foulé ou non, ou du moût de raisin.* »¹⁸. Accepté dans un cadre multi-partite, cette définition est aujourd'hui placée en porte-à-faux.

Tout d'abord parce qu'elle a déjà subi des assauts lorsque l'Europe a accepté l'utilisation des copeaux de bois pour donner des goûts vanillés et ayant plus de sucrosité. N'est-ce pas une aromatisation du vin qui cache son nom ? Et dans ce cas, où passe la limite avant d'employer une complète aromatisation avec par exemple du sirop de pêche pour faire un « *peach chardonnay* ». Ensuite, l'OIV est contournée par de nombreux pays du Nouveau Monde au sein du *World Wine Trade Group* (WWTG). Son *credo* étant de libéraliser le secteur, on ne peut douter que les puissants industriels de ces pays pousseront dans le sens de vins dont la définition est plus lâche. Il y a donc une menace, celle de voir une définition du vin établie sur un consensus, et normalisée dans le droit international, éclater en une multitude d'approches et de définitions (AIGRAIN, et al., 2000). Avec autant de dérogations et d'accords particuliers de pays à pays. Ou pire, une définition *a minima* du vin, comme un production agricole banale¹⁹.

16 Professeur de droit à l'Université de Georgetown, conseiller en chef de la Chambre des représentants des États-Unis pendant le scandale du Watergate.

17 Le Chili n'est évidemment pas à proprement parler à un pays pionnier puisqu'il produit des vins depuis le XVI^e siècle. Mais le développement de la viticulture, notamment en direction de nouveaux espaces, permet de le qualifier ainsi.

18 Définition de base (18/73) ; <http://www.oiv.int/oiv/info/frdefinitionproduit>.

19 Un point d'optimisme tout de même : l'OIV vient d'intégrer de nouveaux membres : l'Inde (juillet 2011) et l'Azerbaïdjan (juin 2013).

Du maintien de cette définition stricte du vin dépend la durabilité de paysanneries viti-vinicoles. Et donc de paysages de qualité. A l'inverse, ouvrir la définition, et c'est permettre une industrialisation du secteur à laquelle les producteurs qui évoluent dans les conditions les plus difficiles ne pourraient résister. Les paysages du Haut-Douro (Portugal), de Banyuls (France) ou encore du Cañon de Sil (Espagne, Galice) pourraient-ils perdurer si des vins presque identiques en goût et en nom étaient produits ailleurs dans le monde avec des conditions plus faciles ? A l'évidence non. Il est louable que l'Australie vienne d'accepter de changer les noms de ses vins oxydatifs ou liquoreux (avec « *apera* » pour le sherry et « *topaque* » pour le tokay)²⁰. C'est là respecter la singularité de vins si délicats à produire, et partant, le maintien des territoires qui les ont vu naître. Comme le paysage participe de manière privilégiée à l'intérêt général, notamment dans les domaines culturels, écologiques, environnementaux ou encore sociaux, l'enjeu est essentiel pour les populations qui résident dans ces espaces. Non seulement les viticulteurs, mais aussi les populations d'origine urbaine de plus en plus nombreuses.

Le second enjeu est par conséquent celui de l'éducation des consommateurs, dans le monde occidental comme ailleurs. Et cet ailleurs devient de plus en plus important : la formation d'une aire de production et de consommation autour du Pacifique rend la question plus aiguë. Songeons à la Chine, certes membre de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), mais pour l'instant uniquement observatrice à l'OIV par le biais de la ville de Yantai. La définition du vin y est très souple ; des boissons faites à partir d'autres fruits peuvent porter le terme de « vin », et des ajouts singuliers peuvent exister, comme tel vin avec de l'os de tigre... Pour l'instant, la Chine ne reconnaît la protection de certaines appellations qu'au coup par coup : la Napa hier, la Champagne aujourd'hui. Les États-Unis viennent quant à eux de refuser à l'appellation Châteauneuf-du-Pape l'interdiction de la marque commerciale « Chemin des Papes », un côte-du-rhône produit par un négociant du Beaujolais²¹.

On perçoit dès lors toute l'importance qu'il y a à sensibiliser sur la reconnaissance et la protection des appellations d'origine. Les consommateurs sont peu ou prou perdus en ce qui concerne les Signes d'Origine et de Qualité (SIQO). Quelle différence entre une AOC et une Indication Géographique de Provenance (IGP) ? Quelle différence avec une marque commerciale ? Quelle différence avec un label ? Ou encore un prix-du-jury-de-soit-disant-consommateurs ? Une analyse du CREDOC montrait il y a quelques années la perplexité des Français face à ces questions (CREDOC, 2007). On imagine - ou plutôt pas d'ailleurs ! - ce que cela doit être à l'étranger, et surtout dans d'autres aires culturelles. Au sein de l'Europe même, il est parfois difficile de faire comprendre à des producteurs de bonne foi que l'utilisation d'un terme pour nommer leur vin n'est plus adéquat. On pense aux Slovaques qui réclamaient le droit d'utiliser l'appellation Tokaj (normalement en Hongrie), ou plus récemment aux Croates et à l'utilisation du terme « Prošek » trop proche du Prosecco italien (même s'il ne s'agit pas du même type de vin).

Le passage d'un vin bu dans un monde élitiste, européen, à une boisson de consommation de masse, vendue en supermarché ou par Internet, dans un contexte totalement globalisé invite à réfléchir à ce que doit être le vin, à ce qui le définit et le caractérise, ainsi qu'aux informations qui sont données aux consommateurs. *In fine*, ceci pose la question de savoir comment faire partager notre vision de la question.

Conclusion

Créées au début du XX^e siècle, au sein d'un monde encore majoritairement paysan, frappé de

20 http://www.wfa.org.au/resources/1/Codes_and_guidelines/Fortified_Wine_Code_of_Practice_v7.pdf

21 <http://ttabvue.uspto.gov/ttabvue/ttabvue-91179408-OPP-104.pdf>

plein fouet par l'exode rural et les crises liées aux maladies de la vigne du XIX^e siècle, un monde cloisonné, à la technologie et à la mécanisation balbutiantes, dont seule une infime partie des vins étaient exportés vers une élite européenne, et cela sur des distances relativement courtes, les appellations d'origine sont confrontées aux bouleversements liés à la mondialisation. Tous les paramètres qui ont encadré leur naissance ont volé en éclats.

Nous sommes en présence d'un monde du vin devenu fluide techniquement parlant, mais dans lequel il existe de nouvelles frontières ; elles émanent de définitions, de réglementations ou de normes qui portent sur le vin, dans un cadre de plus en plus bipartite. Cette nouvelle géographie est complexe : elle est celle d'un monde multi-polaire, non unifié, profondément urbain, avide de consommer des produits globalisés mais dont le caractère local est parfois tellement affirmé. Ils sont vendus à travers toute la planète et dans des aires culturelles bien différentes, à l'aide de médias (Internet²²) dont on ignore encore l'importance et l'impact en termes de désignations, de normes et peut-être même de goûts. Les paysanneries européennes sont devenues minoritaires dans leurs propres sociétés, et elles sont confrontées à une concurrence qui émane souvent de puissantes entreprises.

Il est sans doute nécessaire de refonder les appellations, de façon à ce qu'elles intègrent ces nouveaux paramètres.

Bibliographie :

- ASIMOV, E., 2012, *How to Love Wine. A Memoir and Manifesto*, New York, HarperCollins, 278 p.
- AIGRAIN, P., CODRON, J.-M., THOYER, S., 2000, « Questions de normes agro-alimentaires dans le contexte de globalisation », *Cahiers d'Economie et Sociologies Rurales*, n° 55-56, p. 111-138.
- AMERINE, M.A., WINKLER, A.J., 1944, « Composition and quality of musts and wines of California grapes », *Hilgardia*, 15 (4), p. 493-673.
- BOY, L., 2002, « Propriété intellectuelle, l'agriculture en première ligne avec l'accord ADPIC », *Déméter 2002*, Armand Colin.
- CAPUS, J., 1947, *L'Evolution de la Législation sur les Appellations d'Origine. Genèse des Appellations Contrôlées*, Paris, Louis Larmat éd., 82 p.
- CÉLÉRIER, F., SCHIRMER, R., à paraître, « Hommes, femmes et territoires du vin (1960-2010). Les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC), modèle de développement local à la française. L'exemple de la vigne et du vin. », Colloque Histoire des Sociétés Rurales, Bordeaux, 4-5-6 octobre 2012, *L'Univers du vin : Hommes, territoires et paysages*, sous la responsabilité scientifique de Stéphanie Lachaud et Corinne Marache.
- CHAOUCH, A., GROS, P., LECLERCQ, E., et LECLAIR, M.-G., SCHIRMER, R., 2007, « Les vins californiens en quête d'une image territoriale », in *Le vin entre sociétés, marchés et territoires*, en ligne : <http://geoconfluences.ens-lsh.fr/doc/typespace/vin/VinScient7.htm>
- CREDOC, 2007, Perception de la qualité et des signes officiels de qualité dans le secteur alimentaire, Gabriel TAVOULARIS, Fanette RECOURS, Pascale HEBEL, Cahier de recherche n° 236, novembre 2007, 114 p., en ligne : <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C236.pdf>
- DIRY, J.-P., 2000, « Les campagnes vivantes. Essai de définition », in *Des Campagnes vivantes. Un modèle pour l'Europe ?*, Mélanges offerts au prof. Jean Renard, textes réunis sous la direction de Nicole Croix, Nantes, CESTAN-IGARUN, mai 2000, 696 p., p. 23-30.

22 Amazon vient de se lancer dans la vente de vin par correspondance sur le territoire américain. Facebook essaie également de promouvoir la vente *via* son réseau social.

- HUMBERT, F., 2010, « Approche historique du processus de délimitation des AOC vinicoles françaises. Contribution à la compréhension des principes et de l'application d'une expertise », *Sciences Humaines Combinées* [en ligne], Numéro 5 - Limite/Limites, 9 février 2010. Disponible sur Internet : <http://revuesshs.u-bourgogne.fr/lisit491/document.php?id=542> ISSN 1961-9936
- JACQUET, O., 2009, *Un siècle de construction du vignoble bourguignon. Les organisations vitivinicoles de 1884 aux AOC*, Dijon, EUD, Coll. Sociétés, 298 p.
- JONES, G.V., NELSON, P., SNEAD, N., 2004, « Modeling Viticultural Landscapes: A GIS Analysis of the Terroir Potential in the Umpqua Valley of Oregon », *GeoScience Canada*, 31(4), pp, 167-178. En ligne : <http://www.sou.edu/geography/jones/Publications/UmpquaTerroirv31no04.pdf>
- KUHNHOLTZ-LORDAT, G., 1963, *La Genèse des appellations d'origine des vins*, Chaintré, Collection Avenir Œnologie, 150 p.
- PITTE, J.-R., 2000, *La Nouvelle planète des vins*, numéro spécial de la revue des *Annales de Géographie*, sous la direction de Jean-Robert PITTE. *Annales de Géographie*, 2000, n° 614-615, juillet-octobre.
- SCHIRMER, R., 2011, « Le géographe et l'expertise dans le domaine des vins », Actes du Colloque International Chaire UNESCO « Culture et traditions du vin », Université de Bourgogne – Dijon, De Jules Guyot à Robert Parker : 150 ans de construction des territoires du vin, Dijon, 13-15 novembre 2008, in *Territoires et terroirs du vin du XVIIIe au XXIe siècles : approche internationale d'une construction historique*, Serge Wolikow, Olivier Jacquet (Ed.), Editions Universitaires de Dijon, 448 p., p. 91-108.