



**HAL**  
open science

## Editorial - Paysages viticoles, vignobles et vigneron : entre traditions et innovations

Sylvaine Boulanger

► **To cite this version:**

Sylvaine Boulanger. Editorial - Paysages viticoles, vignobles et vigneron : entre traditions et innovations. Revue de Géographie Historique, 2021, 19-20, 10.4000/geohist.2872 . hal-03998277

**HAL Id: hal-03998277**

**<https://hal.science/hal-03998277>**

Submitted on 21 Feb 2023

**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.



## Revue de géographie historique

19-20 | 2021

Paysages viticoles, vignobles et vigneron : entre traditions et innovations

---

### Editorial

Sylvaine Boulanger

---



#### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/geohist/2872>

DOI : [10.4000/geohist.2872](https://doi.org/10.4000/geohist.2872)

ISSN : 2264-2617

#### Éditeur

Association française de la Revue de géographie historique

#### Référence électronique

Sylvaine Boulanger, « Editorial », *Revue de géographie historique* [En ligne], 19-20 | 2021, mis en ligne le 20 novembre 2021, consulté le 25 novembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/geohist/2872> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/geohist.2872>

---

Ce document a été généré automatiquement le 25 novembre 2022.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International - CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

---

# Editorial

Sylvaine Boulanger

---

- 1 Il est classique d'évoquer les vignobles par le prisme de la mondialisation. Associée à l'essor de l'urbanisation et de la métropolisation, la mondialisation est l'un des facteurs clés de la transformation de l'univers du vin. Les vignerons jouent fréquemment les équilibristes pour participer à la mondialisation des échanges et/ou maintenir la particularité de leurs terroirs et territoires. Pour affirmer leur place, certains innoveront régulièrement, encouragés ou non par des politiques nationales de soutien, ou les organisations professionnelles. Innover, c'est « introduire des nouveautés, des changements » (*Littré*). Omniprésente dans les discours d'acteurs économiques ou politiques et perçue comme la manifestation d'une évolution positive ou encore d'un progrès, l'innovation est un objet de questionnement incontournable dans nos sociétés.
- 2 D'autres vignerons ou acteurs du monde viticole, au nom de la tradition, valorisent davantage leurs terroirs, leurs spécificités culturelles, dans une position qui peut être défensive et/ou conquérante. La tradition représente alors une donnée presque intangible, héritage transmis de génération en génération. Pourtant, tradition et innovation sont intrinsèquement liées au monde viticole et leur combinaison permet une adaptation à la concurrence commerciale internationale, aux nouveaux savoirs et savoir-faire.
- 3 La tradition des Appellations d'Origine Contrôlée repose sur les « usages locaux, loyaux et constants ». Pourtant, si les AOC représentent un bien-fondé incontestable, elles comportent des éléments inadaptés au contexte mondial concurrentiel ou aux grands enjeux climatiques. Ainsi, Jean-Robert Pitte incite à repenser la réglementation du système des Appellations et à faire confiance « aux imaginations vigneronnes », les hommes sachant par ailleurs conserver la fidélité à l'origine et à la loyauté des Appellations.
- 4 Surtout, les innovations ont toujours existé dans le vignoble français, souvent de façon complémentaire avec les traditions vitivinicoles. Sylvaine Boulanger montre que les pratiques innovantes s'inscrivent dans un contexte spécifique et finissent, parfois, par devenir la norme de production. L'innovation devient alors tradition.

- 5 Cette complémentarité entre tradition et innovation est notoire dans les vignobles français mais aussi dans les vignobles étrangers du Nouveau-monde. Rory Hill souligne la manière dont le vignoble néo-zélandais, avec son « excellence technique et l'adoption rapide des innovations », tourne fréquemment son regard vers les Anciens pays viticoles, leur tradition d'Appellation et la différenciation des terroirs. Ainsi, les vigneron·ne·s néo-zélandais distinguent progressivement leurs propres terroirs viticoles, sélectionnent les cépages les mieux adaptés, tout en intégrant par ailleurs des éléments de la culture Maori dans leurs discours.
- 6 Le vignoble israélien relève à la fois de la tradition par les nombreuses références au vin et à la vigne dans la Bible, et de l'innovation par un encépagement de qualité, des investissements massifs et l'usage de l'irrigation. Mireille Israël-Lang souligne les adaptations des vigneron·ne·s et le soutien de l'Etat pour élaborer des vins de qualité que l'œnotourisme valorise.
- 7 Que serait le vignoble bordelais sans ses « châteaux viticoles », vocable apparu vers le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle ? Michel Réjalot montre que ceux-ci relèvent à la fois de caractères traditionnels et innovants. Du XVI<sup>e</sup> au XIX<sup>e</sup> siècle le « château bordelais » s'inscrit à la fois dans une culture matérielle bourgeoise avec des élites possédant un capital foncier, et une culture idéelle, l'existence oisive. Puis, le « château », maison de campagne des notables et « micro-territoire viticole, prenant valeur de cru particulier » évolue, aux XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècles, en un « objet commercial total », accompagné de fonds extérieurs et d'une spécialisation viticole. La traditionnelle demeure champêtre devient alors progressivement un lieu d'innovation architecturale, de « théâtralité viticole ».
- 8 Même sans tradition longuement établie et sans véritables vigneron·ne·s, Guillaume Giroir montre, par l'exemple chinois, que les vignobles peuvent développer des formes d'œnotourisme diversifiées. Il met en exergue les spécificités des territoires œnotouristiques de ce pays. Néanmoins, depuis l'arrivée au pouvoir de Xi Jinping fin 2012, le marché du vin est en forte baisse et la politique menée de plus en plus nationaliste. Aussi, le château viticole chinois, principal élément du système œnotouristique, « témoignage d'un cycle de mondialisation et d'occidentalisation, aujourd'hui révolu ».
- 9 Des Appellations tentent d'associer tradition et modernité dans leur mise en valeur œnotouristique. Ainsi, Eric Rouvellac et France Gerbal-Médalle évoquent l'appellation espagnole (DO) Empordà, au sud-est des Pyrénées. Vignoble alliant structures de production traditionnelles, et architecture post-moderne, la DO Empordà diversifie les routes des vins et encourage les visiteurs à découvrir la richesse paysagère, patrimoniale et gustative de l'arrière-pays catalan.
- 10 Les produits vinicoles emblématiques d'un pays relèvent de leur culture traditionnelle et sont parfois mondialement connus. Le Tokaj, grand vin liquoreux de Hongrie dont l'essor remonte au XVI<sup>e</sup> siècle, appartient à cette catégorie. Néanmoins, Aline Brochot montre que des événements historiques ou le contexte mondial concurrentiel peuvent bousculer la production et la vente de ces vins si particuliers, tel l'Aszú dans la région du Tokaj. Les producteurs ont alors dû « explorer des voies inédites », innover en proposant de nouveaux produits, la renaissance des années 1990 fondée sur la tradition ne suffisant plus à s'affirmer sur la scène commerciale mondiale.
- 11 Autre vignoble produisant des liquoreux qui s'inscrivent dans une temporalité longue : le vignoble de Jurançon. Les vins de ce vignoble sont aujourd'hui considérés comme des

« produits de niche » et les producteurs doivent s'adapter à l'évolution des goûts des consommateurs en faveur de vins moins sucrés. Grégoire Berche, s'appuyant alors sur plusieurs entretiens auprès des producteurs, cherche à saisir ce que peut être un vin innovant.

- 12 Le Porto, autre vin représentatif de l'histoire d'un pays, résulte d'un processus de vinification spécifique : l'adjonction d'eau-de-vie au cours du processus de vinification. Philippe Baumert relate que ce vin doit son essor aux marchands anglais qui se sont installés au Portugal au XVII<sup>e</sup> siècle. Les Anglais ont alors développé un réel goût pour le Porto, vin d'un rouge profond, fortifié à l'eau-de-vie et très riche en alcool, produit traditionnel prisé encore aujourd'hui. La consommation du Porto perdure chez les Anglais au XXI<sup>e</sup> siècle même si la bière la concurrence fortement.
- 

## AUTEUR

### SYLVAINÉ BOULANGER

Maîtresse de conférences en géographie, Faculté des Lettres, Sorbonne Université, Laboratoire Médiations. Institut de géographie, 191 rue Saint-Jacques, 75005 Paris  
Sylvaine.Boulanger@sorbonne-universite.fr