

ssier foires aux vins



Rigueur Le concours organisé par les Vignerons indépendants fait figure de modèle du genre.



Surenchère Les vins primés rencontrent un tel succès en grandes surfaces que les récompenses et macarons pullulent.

DÉCHIFFRER L'ÉTIQUETTE

Grands ou premiers crus, médailles, « vieilles vignes »... Autant de mentions sur la bouteille censées aider le consommateur au moment de faire son choix. Mais peut-on leur faire confiance ?

« Cru », « cru classé », « grand cru » ou « grand cru classé » ? C'est le charme des pays d'ancienne tradition viticole comme la France : chaque région possède son histoire et ses particularismes. Ainsi en va-t-il des notions de « cru », de « cru classé », voire de « grand cru classé », qui ne recouvrent pas forcément la même chose d'une aire de production à une autre. En Bourgogne, où l'expression est sans doute née, le terme fait référence au terroir, à une parcelle de vignes identifiée, hiérarchisée entre « premier cru » et « grand cru » en fonction de la qualité du vin qui en est issu.

En Alsace aussi, la notion de « cru » est très ancienne (VI^e siècle). Aujourd'hui, les 51 appellations

« grand cru » désignent des lieux-dits, des terroirs aux caractéristiques géologiques et d'ensoleillement reconnues.

A Bordeaux, les professionnels ont établi depuis longtemps des listes, ou classements, des châteaux en fonction de critères de qualité – ou de prix – et variant selon les sous-régions ou les appellations. Chez les « classés », au fameux palmarès de 1855, se sont ajoutés ceux des graves (1953) et de saint-émilion (1954), que tentent de concurrencer l'Alliance des crus bourgeoises du Médoc, depuis 1932, et, beaucoup plus modestes, une quarantaine de crus artisans.

En Provence, enfin, 18 propriétés peuvent revendiquer le titre de « cru classé » sur l'étiquette depuis 1955.

UN TIERS DE VENTES EN PLUS GRÂCE AUX MÉDAILLES

Sur les cols des bouteilles fleurit souvent une collection de médailles à faire pâlir un général soviétique de la grande époque. Mais quelle est leur crédibilité et, surtout, leur utilité ? Avant tout, il faut rappeler que ces médailles et concours relèvent d'entreprises privées à caractère commercial, aucunement d'une quelconque reconnaissance étatique d'une totale neutralité (y compris le fameux Concours général agricole du Salon de l'agriculture) : en d'autres termes, pour y participer, il faut s'inscrire et donc acquitter des frais de participation. Ensuite, les dégustations peuvent être organisées selon des règles strictes et professionnelles,

et le classement final reflète une hiérarchie sincère... mais concernant uniquement ceux qui ont bien voulu s'inscrire ! On notera d'ailleurs que la plupart des domaines les plus réputés ne fréquentent pas ces événements.

Néanmoins, les professionnels savent bien qu'en l'absence de conseils (caviste ou sommelier), les consommateurs se rabattent souvent sur un vin médaillé, notamment en grandes surfaces, où ces distinctions assurent une augmentation de près d'un tiers des volumes vendus ! D'où la surenchère des concours et du nombre de vins médaillés. Mention spéciale, toutefois pour le concours des vins des Vignerons indépendants, dont le sérieux et la transparence méritent d'être salués.

DES « VIEILLES VIGNES » PARFOIS JEUNES

Il existe peu de mentions interdites pour les étiquettes. Ainsi, quand sur l'une d'entre elles figure « vieilles vignes », rien n'encadre une telle déclaration. Si ce n'est la bonne foi du producteur ! S'il lui vient à l'esprit de déclarer « vieille » une vigne de quinze ans parce que son vignoble a un âge moyen de dix ans, rien ne l'en empêche ! Plus sérieusement, une telle mention est généralement réservée à des vignes de quarante à cinquante ans, voire parfois centenaires. Mais, on l'aura compris, rien ne peut fournir la moindre garantie. Alors pourquoi manifester un tel intérêt pour cette précision ? Tout

simplement parce que les « vieilles vignes » sont supposées offrir un meilleur jus, plus concentré et plus fin.

UNE « MISE EN BOUTEILLE À LA PROPRIÉTÉ » TRÈS TECHNIQUE

Voilà un bel exemple de légende urbaine dans le monde viticole. Il ne faut pas perdre de vue que ce qui fait le vin, c'est avant tout la vigne, le terroir où elle pousse, la manière dont elle est cultivée et, bien sûr, le talent

Le goût des autres

Chaque année, la Confédération des vignerons indépendants, qui est partenaire de la Foire aux vins des Carrefour Hyper et Market, organise à Paris un grand concours de dégustation des vins de ses adhérents. Particularité : les jurys sont composés de consommateurs préalablement inscrits. Répartis par tables de quatre, ces amateurs de la dive bouteille sont lancés dans un tête-à-tête sensoriel avec une douzaine de flacons drapés dans une « chaussette » - couleur lie-de-vin, évidemment - qui dissimule les étiquettes. Durant deux jours, au cours de sessions de deux heures, quelque 1800 jurés dégustent à l'aveugle plus de 6000 échantillons.

A l'issue de ce marathon bachique, les jurys de consommateurs éclairés ont le palais un tantinet fatigué, mais le sentiment du devoir accompli. A l'image de Pierre, qui confie, des trémolos dans la voix tant il jubile de cette première expérience : « Au début, ce n'est pas facile de juger, mais cela devient évident au fur et à mesure que l'on compare. » Les débats qui conduisent à l'obtention - ou non - d'une distinction, à l'issue de la séance de notations, sont toujours

passionnés et bruyants : le recueillement cède vite la place à un brouhaha enflammé. A chaque édition, seuls de 26 à 28 % des échantillons sont récompensés. La préservation de l'anonymat des quilles constitue un sacré gage de crédibilité et d'indépendance du palmarès : seul l'ordinateur dans lequel sont saisies les « fiches d'analyse » livre les noms des

heureux lauréats. A la différence des autres classements majeurs du genre, comme celui de Mâcon (jury très vigneron) ou du Concours général agricole (jury plus proche des consommateurs, mais dégustant une sélection préétablie où les coopératives et le négoce pèsent lourd), cette

participation de l'acheteur final constitue une vraie originalité. Affranchi des formats imposés et des pesanteurs académiques, le consommateur lambda s'exprime simplement. « J'aime ou je n'aime pas », tranche Bruno, prof et fidèle de l'épreuve. L'édition 2019 a décerné 1679 médailles (dont un tiers en or), autant de phares dans l'océan des flacons proposés sur les linéaires des grandes surfaces. A condition que le consommateur mène bien sa barque...



J.-C. GUTNER/SDP