



HAL
open science

Le Chili, un vignoble à la conquête du monde

Raphaël Schirmer

► **To cite this version:**

Raphaël Schirmer. Le Chili, un vignoble à la conquête du monde. Les Cahiers d'Outre-Mer. Revue de géographie de Bordeaux, 2005, 231-232 (Numéro thématique: Vignobles de l'hémisphère Sud), pp.301-328. halshs-00400583

HAL Id: halshs-00400583

<https://shs.hal.science/halshs-00400583>

Submitted on 18 Dec 2009

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.

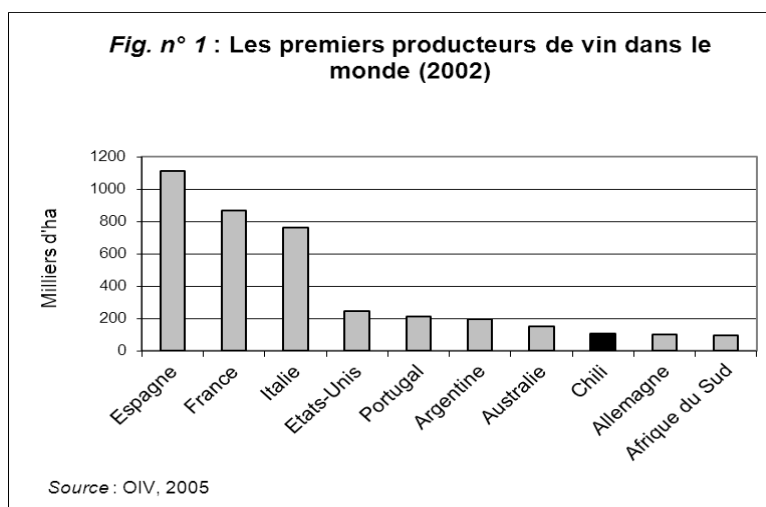
L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Raphaël Schirmer
Université Paris 4 Sorbonne
UFR de Géographie
191, rue Saint-Jacques
75005 Paris
raphael.schirmer@paris4.sorbonne.fr

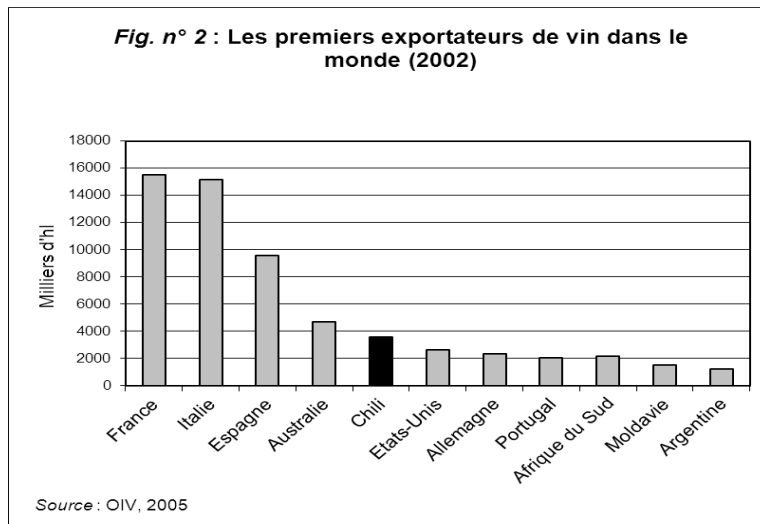
Le Chili, un vignoble à la conquête du monde

« Une folle géographie. En vérité tout déconcerte lorsqu'on aborde l'étude du Chili » écrivaient Jean Borde et Romulo Santana-Aguilar (BORDE, J., SANTANA-AGUILAR, R., 1980, p. 5). Comment ne pas souscrire à ce propos, même - ou peut être particulièrement ? - en ce qui concerne le vin ? Une *folle géographie de la vigne et du vin* serait-on tenté d'écrire, tant le pays bouleverse nos habitudes et nos certitudes. Qu'on en juge.

Encore *quasi* inexistant sur les marchés internationaux à l'aube des années 1980, le Chili est désormais le cinquième exportateur mondial en volume comme en valeur (*fig. n° 1 et 2*). Il contribue à rompre l'ancienne hégémonie européenne. Le pays produit d'excellents vins célébrés par la presse internationale. La revue anglaise *Decanter* propose par exemple dans son classement des « cinquante meilleurs achats au monde » seize vins français, sept italiens, trois espagnols, mais également deux vins sud-africains, trois australiens, et cinq chiliens¹... Des vins de grande finesse à un prix difficile à égaler. Et plus encore, le Chili impose progressivement - aux côtés des autres pays du Nouveau Monde -, un style de vin très puissant, aux bouteilles d'apparence flatteuse et moderne. Le modèle est à présent copié par la vieille Europe, tant le succès de ces vins est impressionnant. Donnant ainsi l'impression de provoquer un vacillement - et c'est un euphémisme que de le dire -, dans un monde des vins longtemps perçu comme immuable. Une bouffée d'air frais dans un océan de conservatisme ? Ou de la poudre au yeux cherchant à faire passer des vessies pour des lanternes ?



¹ Voir sur le site Internet de la revue *Decanter* : www.decanter.com « World's 50 best buys » dans la rubrique « recommandations ». On pourra aussi regarder la sélection « Chile & Argentina's Best ».



Toujours est-il que les propos dithyrambiques ne manquent pas. A commencer par ceux qui concernent les paysages de vignes, avec les Andes en arrière plan, proprement à couper le souffle (*photo. n° 1*). Vignoble « *en éruption* »² pour les uns, vignoble « *en révolution* » (*Compendio*, 2004, p. 111) pour les autres, le Chili viti-vinicole ne laisse pas d'étonner. A tel point d'ailleurs que d'aucuns ont pu douter de la solidité du phénomène. Jean-Christian Tulet et Juan Sánchez Alvarez ne posent-ils pas la question de « *la pérennité d'un tel système* », comparant ce boom viticole aux cycles d'exportation que connaît l'Amérique latine ? Et d'évoquer la poire, le kiwi ou le lapin angora (TULET, J.-C., SANCHEZ ALVAREZ, J., 2002, p. 111).

² Article écrit par Quique Collado « *Chile : vinos en erupción* » sur le site www.verema.com, en date du 15 juillet 2002.



Photo n° 1 : Un paysage époustoufflant. Les vignes aux pieds des Andes. Vallée de Maipo. Cliché de l'auteur, août 2005.

La question mérite d'être posée. Pourtant, ce « *vignoble vieux de quatre siècles* » (GUERRERO, R., 1978) montre des assises plus solides qu'il n'y paraît. D'ailleurs, l'historien de la vigne chilien José del Pozo hésite lui-même, évoquant tantôt une « *révolution* », tantôt « *une transformation radicale* », plus loin un « *brusque virage* » (DEL POZO, J., 1999, p. 242 ou 253 ; p. 245 ; p. 280)... Quant à Sergio Sepulvada, il propose plutôt une phase de « *décollage* », suivie d'un processus de « *maturation* » (SEPULVADA, S., 1995, p. 117).

Alors, révolution ou non ? La nuance est de taille. Tout dépend du point de vue que l'on adopte. La réponse est donc forcément complexe.

I. Une spectaculaire affirmation

L'essor spectaculaire que connaît le Chili apparaît tout d'abord en ce qui concerne la fulgurante conquête d'une place parmi les grands pays exportateurs. Alors même que la France ne cesse de perdre des parts de marché... Talonnant l'Australie, dépassant l'Argentine, ce pays du Nouveau Monde devient, en quelques décennies tout au plus, un acteur majeur de la nouvelle planète des vins. Il doit ce remarquable essor à la production de vins de cépage. Des productions de qualité, certes, mais presque industrielles, en tout cas fréquemment a-

géographiques. Au premier regard au moins. Ce sont les *bodegas*³ qui favorisent cette rapide ascension. Elles sont la force de frappe du vignoble chilien.

A. La conquête d'une place mondiale

Pour devenir cet acteur majeur de la mondialisation, le Chili a connu un développement sans précédent de ses exportations à destination des marchés étrangers. Sur un rythme effrené ; la progression est de six cent pour-cent de 1990 à 2000. Alors même que la consommation intérieure s'effondre. Le pays est acculé à exporter. A exporter des vins de cépage, parmi lesquels ceux à base de *cabernet-sauvignon* dominant de façon écrasante.

1. Des exportations de vins de qualité

Encore très limitées à la fin de la décennie 1980, les exportations ont connu une croissance presque exponentielle. Elles frôlent les 1,3 millions d'hectolitres en 1995 – soit le tiers des vins alors produits –, pour atteindre pratiquement les 4 millions d'hectolitres en 2003 – soit plus de la moitié des vins produits. Ce petit pays viticole – mais non d'un point de vue spatial bien entendu –, s'est donc hissé en quelques années à la place de huitième producteur mondial. Une prouesse, quand on sait qu'il dépasse maintenant certains pays européens. Le vignoble couvre cent dix mille hectares (*Catastro*, 2003, p. 5), soit presque les quatre cinquième du vignoble aquitain en Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)... Avec le rythme de croissance qui est actuellement le sien, il devrait égaler cette région d'ici une petite dizaine d'année tout au plus. Certains espaces ont connu – et connaissent encore –, un développement et une reconversion qualitative forcenés, comme dans les vallées de Colchagua ou de Casablanca. La qualité progresse sans coup férir.

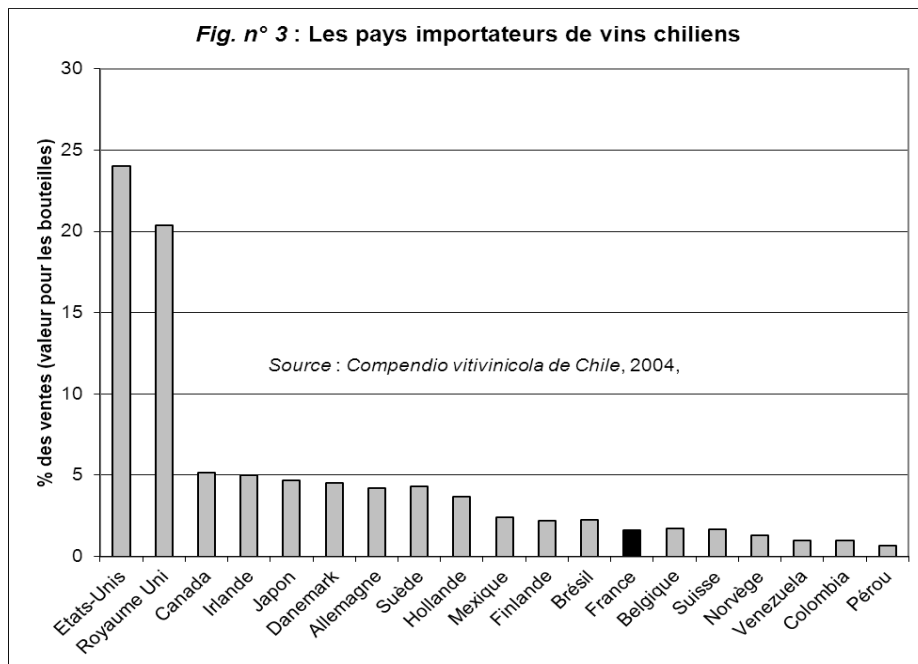
Des vins de qualité donc. Les vins embouteillés représentent désormais cinquante neuf pour-cent des ventes à l'étranger pour quatre vingt huit pour-cent de la valeur en 2002 (*Compendio*, 2004, p. 657). Aussi le secteur viti-vinicole contribue-t-il à hauteur de 0,8 pour-cent du Produit Intérieur Brut (PIB). Il rapporte cette même année, grâce aux exportations, plus de six cent millions de dollars. Une ombre au tableau tout de même, les vins de bas de gamme sont encore légions. La reconversion qualitative à destination des marchés extérieurs est loin d'être achevée. Aussi le Chili cherche-t-il à tourner le dos aux exportations de vins en vrac, moins valorisées. Ce n'est plus que le cinquième des volumes qui est vendu sous cette forme au Royaume-Uni, mais encore les deux tiers en Allemagne, et plus encore en France... La marge de progression est importante, on le voit. D'autant que la géographie des flux de vins en direction du monde est encore très concentrée.

Les deux principaux marchés sont les Etats-Unis (vingt quatre pour-cent des ventes de bouteilles en 2002) et le Royaume-Uni (vingt et un pour-cent) (*fig. n° 3*). Presque la moitié des ventes à eux deux... Les premiers sont essentiels pour comprendre l'essor qualitatif des vins chiliens ; ils furent leur Pygmalion⁴. Ils sont à présent presque égalés par la Grande Bretagne. De nombreux distributeurs y font figure de plaque tournante à destination de l'Europe. Ni la France, ni l'Espagne d'ailleurs, ne sont très présentes en la matière. Les vins de *Cono Sur* sont

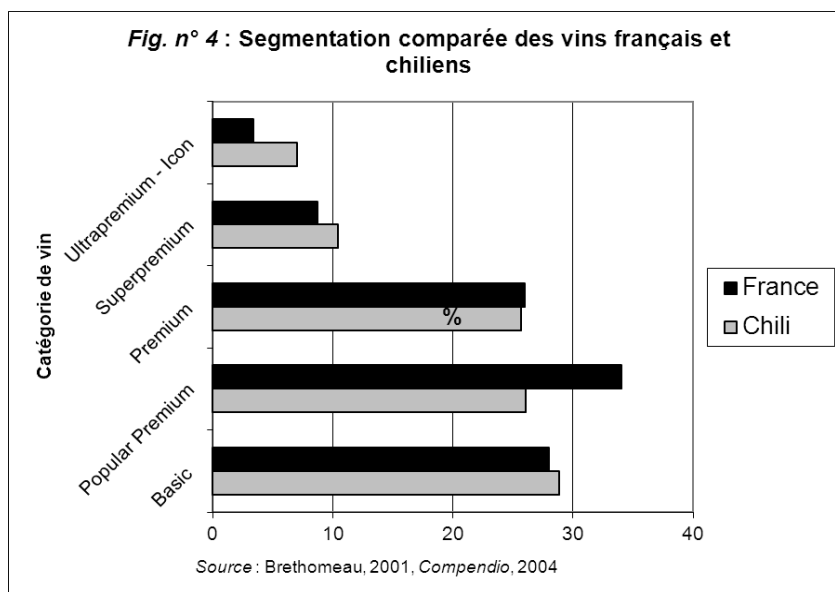
³ Il s'agit « à la fois d'un domaine viticole, [d'un] centre d'achat du raisin produit par d'autres, et [d'une] structure commerciale » TULET, J.-C., SANCHEZ ALVAREZ, J., 2002. La *bodega* n'est pas sans ressembler à la « maison » en Champagne ou dans le Cognac.

⁴ Voir à ce propos une critique du début des années 1990 parue dans le *New York Times* par Nathaniel C. Nash, « *Chilean wineries outgrow the jug* » (4 avril 1992, section 1, p. 39).

ainsi importés par le groupe *Western Wines* (situé dans la périphérie de Birmingham) pour être par exemple distribués en France par la chaîne de magasins Nicolas.



Une telle concentration géographique des ventes fait que le marché asiatique est encore relativement peu pénétré. Il y a fort à parier que la consommation de vins chiliens devrait s’y développer, suivant en cela un processus que le vignoble bordelais a connu ces dernières années (HINNEWINKEL, J.-C., LE GARS, C., 1997, p. 441). La France est encore un marché bien restreint (quatre pour-cent des ventes), tant les consommateurs privilégient les productions nationales. En revanche, les deux pays entrent de plein fouet en compétition sur les marchés internationaux (*fig. n° 4*).



La segmentation de la production française, encore marquée par la présence de nombreux vins communs, fait que les vignobles du Nouveau Monde sont de puissants concurrents. Avec un rapport qualité / prix difficile, sinon impossible, à battre. Comment

comprendre sinon le recul accentué des vins de cépage du Sud de la France ? Ou encore les difficultés qui accablent maintes régions françaises ? Et les distillations de crise qui s'en sont suivies, comme c'est le cas encore cette année ? Mais cette fois, pour des AOC, et non plus seulement pour des vins de pays⁵... Car le Chili, comme les autres pays du Nouveau Monde, produit essentiellement des vins de cépage à destination des marchés étrangers. Même si quelques vins « *blended* » tendent à apparaître.

Le pays cible principalement une population jeune, capable de repérer les arômes simples de ces vins fruités et charnus. Comme le rappelle l'œnologue chilien Alejandro Hernández, ancien président de l'Office International de la Vigne et du Vin (OIV) :

« Ces vins sont parfaits pour ceux qui veulent s'initier à la dégustation, surtout les jeunes consommateurs qui préfèrent les vins frais, fruités et faciles à boire. » (HERNANDEZ, A., 2004, p. 27)⁶

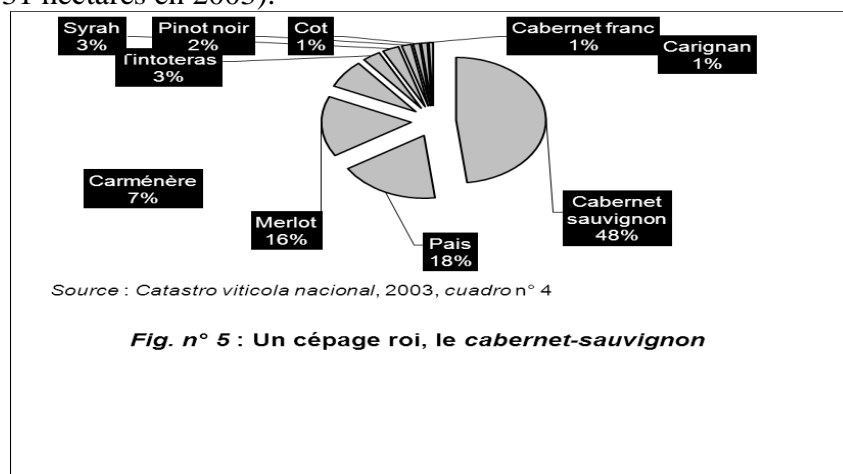
En témoigne cette contre-étiquette bien représentative des stéréotypes que l'on rencontre :

« Le vin de cépage Cono Sur est caractérisé par d'intenses arômes fruités. Les vins représentent le meilleur du sol et des conditions climatiques des différentes vallées dont ils proviennent. Notre aromatique Cono Sur pinot noir développe des arômes de cerise et de prune alliés à des notes de fraise et de tabac, offrant réellement une superbe expression fruitée. »

Et de proposer une bouteille au look résolument « *Nouveau Monde* » : étiquette minimaliste, représentation simplifiée de l'extrémité Sud de l'Amérique latine, mise en exergue du cépage. Un vin jeune, pour tout dire.

2. Des vins de cépage

Les cépages « *rouges* » sont devenus écrasants dans la ventilation des productions. Ils dominent dans une proportion des quatre cinquièmes des surfaces. Avec un cépage roi, le *cabernet-sauvignon* (fig. n° 5), qui s'étend sur presque le tiers des surfaces en vignes du pays (39 731 hectares en 2003).



⁵ Des causes internes, bien nombreuses, sont également à prendre en compte. Voir par exemple l'ouvrage de G. Renvoisé, *Le Monde du vin a-t-il perdu la raison ?*, paru en 2004.

⁶ Les traductions des différentes citations sont de l'auteur.

La distribution des cépages en est d'autant plus réduite. Seuls quelques uns comptent en réalité. La plupart des *bodegas* concentre leurs productions sur une poignée de variétés. Viña Andesterra (vallée de Curicó) propose seulement trois cépages rouges (à égalité entre le *cabernet-sauvignon*, le *merlot* et le *carménère*) et un cépage blanc (le *sauvignon blanc*). Viña Colchagua dans la vallée éponyme ne produit que des vins rouges, parmi lesquels ceux à base de *cabernet-sauvignon* représentent plus de la moitié. Citons encore Viña La Providencia (vallée de Casablanca) qui appuie sa stratégie de développement uniquement sur les vins blancs avec quarante hectares de *chardonnay* et cinq hectares de *sauvignon blanc*.

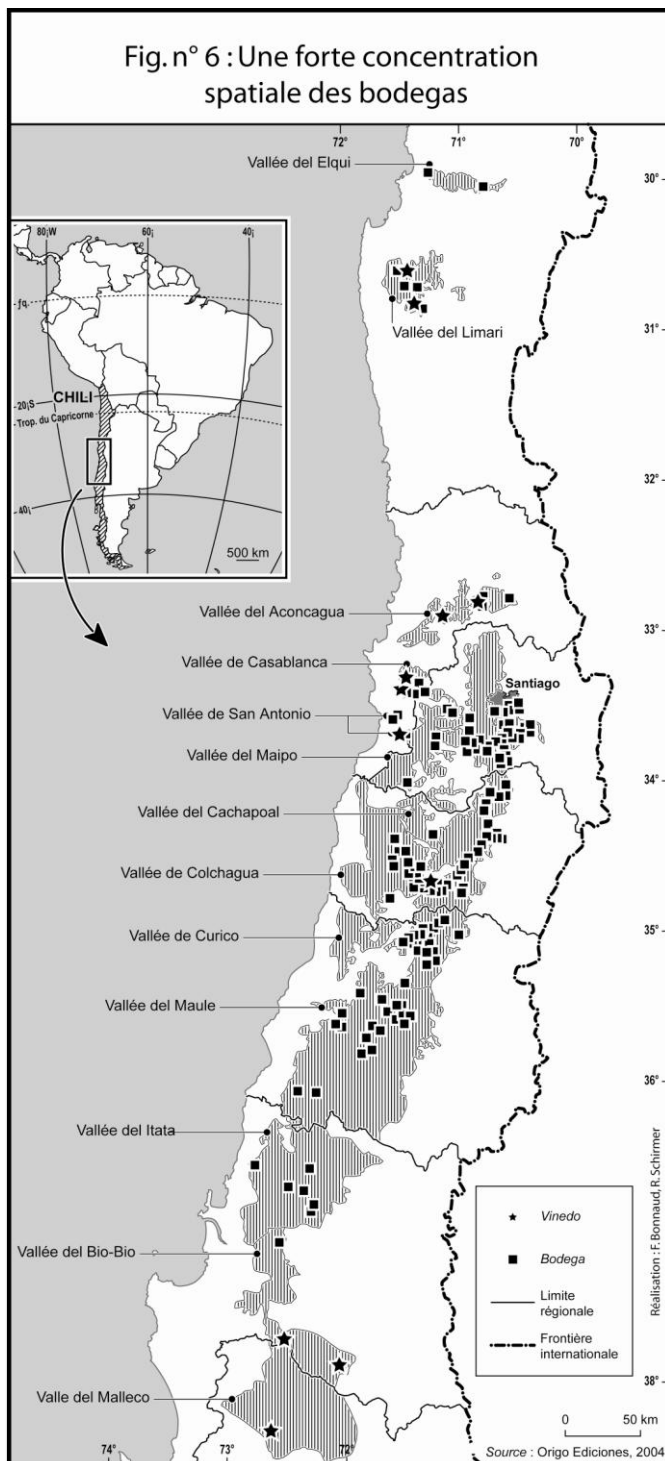
Ceci répond à une spécialisation régionale qui reflète essentiellement les variations climatiques de cet immense pays qu'est le Chili. Même si toute la latitude n'est pas utilisée bien sûr : les vignobles s'étendent globalement de trente à trente huit degré de latitude Sud. La vallée septentrionale de Casablanca se spécialise ainsi dans les vins blancs, alors que les régions plus méditerranéennes, comme la vallée de Maule, produisent de manière prédominante des vins rouges. Ce qui permet peu ou prou d'ailleurs de comprendre la géographie des productions des *bodegas*.

Ainsi, les petites entreprises sont plutôt concentrées sur quelques cépages assez représentatifs des régions respectives dans lesquelles elles se trouvent. D'autant qu'elles peuvent acheter une part de leur raisin à l'extérieur, auprès de petits viticulteurs. A mesure qu'elles se développent, elles vont chercher à différencier leur offre, et partant, à acquérir des vignes dans d'autres vallées. Tout en privilégiant de plus en plus leur auto-production de façon à garantir la qualité des raisins. *Terra Mater* est maintenant à la tête de trois vignobles, dans les vallées de Maipo, de Curicó et de Maule. Les plus grandes entreprises vont asseoir leur développement sur plusieurs ensembles spatiaux. Ce qui est bien sûr le cas du géant Concha y Toro, complètement auto-suffisant, et présent dans presque tout le Chili. Et depuis peu en Argentine... C'est là une nouveauté sans précédent, des capitaux chiliens sont investis à l'étranger. Ceci reflète bien le dynamisme du pays.

Cette localisation éclatée fait figure de véritable stratégie pour les entreprises viticoles. A son lancement en 1989, la *bodega* Gracia a directement recherché cinq vignobles dans des régions différentes - de l'Aconcagua jusqu'à la vallée du Bio-Bio - lui assurant qualité et diversité de façon à produire des vins fins. Citons aussi cet exemple des vignobles La Fortuna, cette fois à une échelle plus locale :

« Le vignoble La Fortuna se caractérise par son exceptionnelle qualité et la variété de ses sols, mais également par les différents micro-climats qui existent dans la vallée [de Curicó]. Les vignes sont réparties en différents secteurs qui forment un ensemble de deux cent cinquante hectares. En sélectionnant avec soin les lieux de plantation des différents cépages, on s'est assuré que chacun d'entre-eux puisse bénéficier des meilleures conditions de développement. » (Compendio, 2004, p. 470).

On comprend mieux à quel point les *bodegas* peuvent alors mener d'audacieuses stratégies de pénétration des marchés étrangers - dans ce dernier exemple pour les vins biologiques. Elles fondent leur essor sur une palette limitée de bouteilles. Il n'est que de considérer l'extrême variété de la production des régions françaises, avec près de quatre cent AOC, pour se convaincre de la différence. Elles ont d'ailleurs tendance, avec leur affirmation qualitative, à se démultiplier en autant d'appellations qu'il y a de communes. L'évolution du Languedoc-Roussillon est à cet égard probant. Complexité ici, simplicité là.



Les stratégies des entreprises chiliennes évoquent davantage celles des groupes de bière ou de spiritueux que le monde du vin européen. Tout est fait pour vendre sur les marchés extérieurs. Le rôle des *bodegas* est manifeste en la matière.

B. Une force de frappe : les bodegas du Chili

Les entreprises chiliennes ont une optique précise : vendre les vins que désirent les consommateurs étrangers. La technologie permet de répondre à cette préoccupation devenue majeure.

1. De Concha y Toro aux « bodegas boutiques »

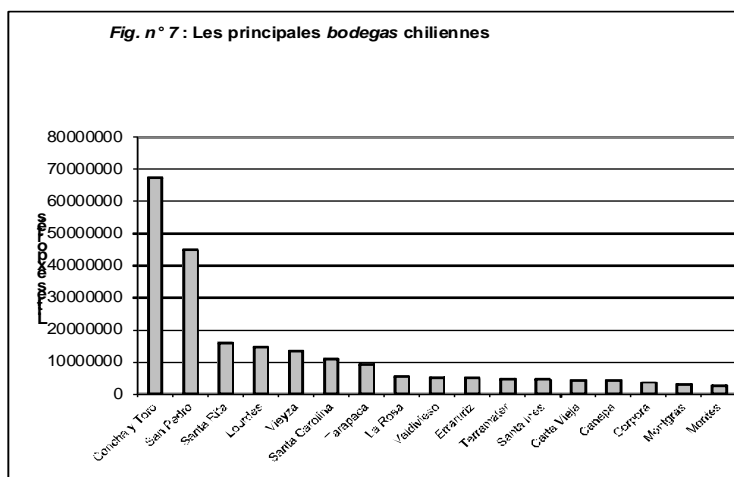
La pénétration des marchés étrangers s'appuie sur un nombre bien limité de grosses entreprises, autour desquelles gravite une foule de petites *bodegas*. Elles profitent de l'élan donné par les premières. Leur nombre ne cesse de croître : alors qu'on évoque généralement une quarantaine d'entreprises à vocation internationale au milieu des années 1990, elles sont plus d'une centaine en 2002. Leur concentration autour de Santiago montre une réorganisation spatiale des vignobles (*fig. n° 6*)⁷.

Les régions traditionnelles, comme la vallée del Elqui au Nord, ou la vallée de Maule au Sud, semblent plus en retard face à cette modernisation à outrance. Alors même qu'il s'agit de régions où la vigne prend une importance cruciale ; elle est cependant davantage le fait de petits viticulteurs. Ils sont aujourd'hui en difficulté. D'autant que la coopération viticole connaît un profond déclin, victime de son insuffisante modernisation. D'autant plus encore que les *bodegas* cherchent à s'auto-suffire.

⁷ La comparaison de la présente carte avec celles réalisées par R. Guerrero en 1978 et J.-C. Tulet et J. Sanchez en 2002 est particulièrement probante.

La plus puissante d'entre-elles est bien sûr Concha y Toro, avec près de quatre mille hectares en propriété et plus de quatre cent mille hectolitres vendus à l'exportation. Elle réalise près de deux cent millions d'euros de chiffre d'affaire avec mille six cent employés. Ce « *méga-groupe* », comme il a été dit, prétend à terme jouer dans la même catégorie que les américains Constellation, Gallo, ou encore l'australien Foster. Il tranche face à l'émiettement de opérateurs français, espagnols ou italiens. Concha y Toro vient d'ailleurs encore de renforcer sa position en achetant au printemps 2005 Viña Francisco de Aguirre (vallée de Limari) pour près de treize millions d'euros. Une bouchée de pain... Environ trois cent hectares de vignobles, des installations de vinification, de vieillissement et d'embouteillage, ainsi que des marques de vin et de *pisco*⁸ tombent dans l'escarcelle du géant pour venir renforcer sa puissance. Nul doute qu'il devrait chercher à moderniser cette acquisition pour l'orienter vers les marchés extérieurs. Le réveil de cette vallée est sans doute pour demain, probablement avec du *chardonnay*. Le dynamisme métropolitain se propage en direction des périphéries. A quand des vins de la vallée del Elqui de dimension internationale ?

Aux côtés de cette entreprise se trouve une myriade de *bodegas* de tailles différentes. Elles font montre d'une concentration sans égale (fig. n° 7).



Source : Compendio vitivinícola de Chile, 2004.

Les dix sept premières effectuent les deux tiers des exportations. Les plus importantes appartiennent à l'association *Chilevid*. Celle-ci mène une action de *lobbying* auprès de l'Etat chilien⁹. Les autres sont qualifiées de *bodegas* « *boutiques* » ou encore de « *viñas emergentes* ». Plus petites, elles cherchent à concentrer leur frappe sur des niches de production. Ici en visant des vins d'excellence, là en proposant des vins biodynamiques, comme ce sera bientôt le cas pour les vignobles Errázuriz (vallée d'Aconcagua), en pleine conversion. Elles ne sont pas sans faire penser aux « *vins de garage* » qui ont émergés dans le saint-émilionnais il y a quelques années. Leur dynamisme repose ici aussi sur l'utilisation de

⁸ Il s'agit d'un alcool fait à partir de vin distillé. Il est considéré comme la boisson « *nationale* » par les Chiliens.

⁹ Voir le site de l'association : www.chilevid.cl. Elle y expose ses buts.

techniques de pointe en matière de vinification. Il s'appuie également sur une nécessaire notoriété, acquise dans les médias ou les concours internationaux.

La force de pénétration des vins chiliens provient effectivement de leur visibilité. Viña Bisquertt (vallée de Colchagua) a pu asseoir sa réputation en gagnant le prix du « *Best Merlot of the World* » au concours des vins de Londres en 2002. Figurer parmi les classements élaborés par la presse internationale est crucial ; c'est l'assurance d'une reconnaissance sans égale. La continuelle présence médiatique des *bodegas* est la clé de leur succès. D'ailleurs, elles ont presque toutes un site Internet qui leur permet de communiquer. Notamment en montrant forces images de leur capacité technologique.

2. Un vignoble de haute technologie

L'utilisation de la haute technologie est l'un des traits caractéristique du Chili viticole. Elle lui permet de produire des vins d'excellente qualité à destination des marchés étrangers. Et, de ce fait, de bien cibler le goût des consommateurs.

Cette haute technologie est désormais devenue la condition *sine qua non* de la réussite en matière viticole comme vinicole. L'irrigation est ainsi parfaitement maîtrisée : l'utilisation de techniques de goutte à goutte permet un contrôle précis de l'alimentation en eau des ceps. Concha y Toro a par exemple adopté un système perfectionné mis au point en Israël pour les cultures arbustives. Ce sont encore les régions proches de la métropole qui montrent le plus fort dynamisme avec la plus grande proportion de terres irriguées (*Catastro*, 2003, p. 7). Les immenses parcelles, au format industriel, témoignent de cette forte maîtrise spatiale (*photo n° 2*).

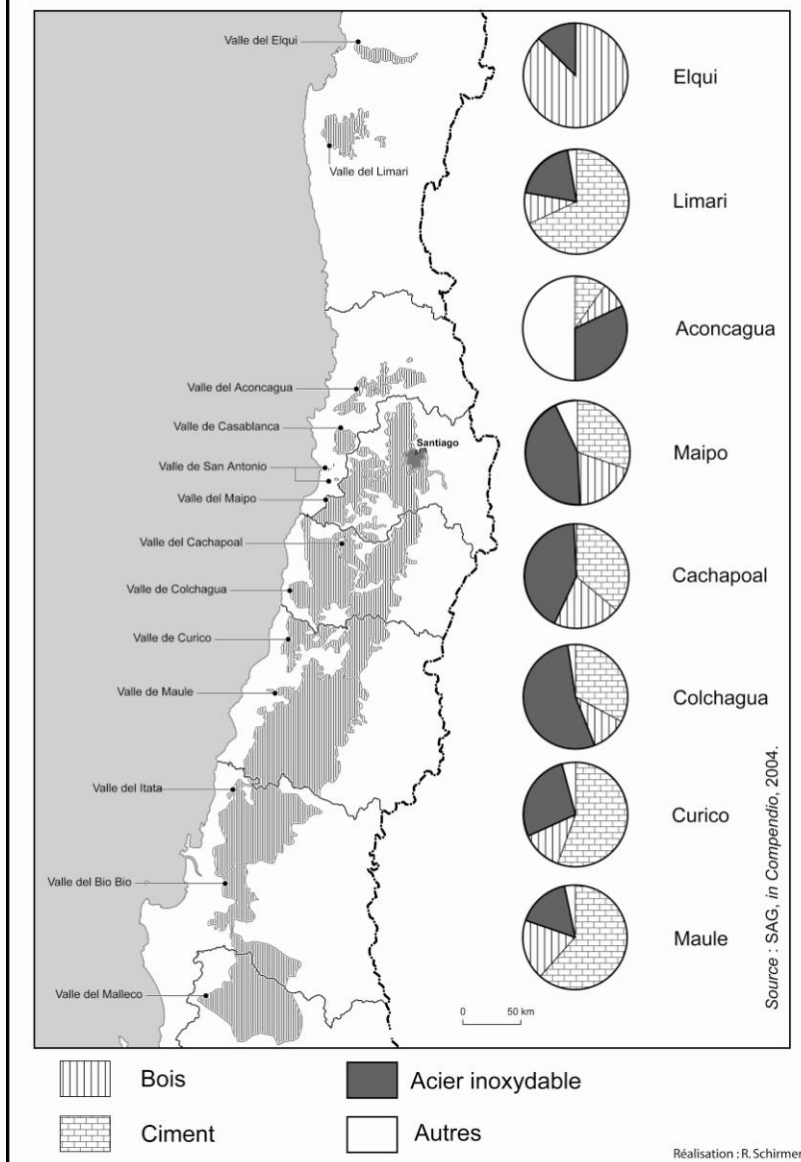


Photo n° 2 : Un paysage de vignes complètement maîtrisé par l'homme. Grands parcelles, irrigation, et au loin quelques hélices pour lutter contre le gel. Vallée de Casablanca. Cliché de l'auteur, août 2005.

Mais c'est surtout sur la vinification que sont portés les efforts ; les armes sont du dernier cris. Les pressoirs thermo-pneumatiques permettent un juste contrôle de la

vinification. Les groupes français haut de gamme, comme Vaslin-Bucher, sont comme de bien entendu très représentés. Les cuveries des entreprises laissent de plus en plus la place à l'inox. Même si les cuves en ciment sont encore nombreuses (quarante six pour-cent de la capacité de stockage), elles sont suivies de près par les cuves en inox (trente trois pour-cent) (*Compendio*, 2004, p. 273). Ne deviennent-elles pas comme un marqueur de la modernité vinicole (*fig. n° 8*) ?

Fig. n° 8 : Une géographie de la modernité ?
Capacités régionales de stockage



Les régions qui se sont les mieux converties vers la production de vins de qualité dominant en effet dans cette géographie de l'acier. Avec toujours ce même phénomène métropolitain. La vallée de Colchagua est la plus en pointe avec la moitié des cuves ainsi équipées. Il n'est que de consulter quelques sites Internet de *bodegas* pour se convaincre de l'importance que peuvent à présent revêtir ces installations. Elles sont perçues comme le gage d'une vinification de qualité. La technique rejoint l'image.

Tout le soin qui est accordé à cette vinification met bien sûr en avant les œnologues, véritables chefs d'orchestre. Il faudra revenir sur leur rôle. Ils cherchent à produire ces vins que désire la clientèle internationale. Aussi le goût prononcé que celle-ci montre aujourd'hui pour des vins élevés en fûts de chêne - sous l'influence de Robert

Parker et de la revue *Wine Spectator* - occasionne une configuration bien précise de la *bodega*. Elle se doit de disposer de vastes chais pour entreposer les fières rangées de barriques. Elles sont fabriquées en bois français, caucasien ou encore nord-américain. A cet égard, le tonnelier charentais Séguin-Moreau, sans doute le plus représenté pour les crus de qualité, est mis en avant pour compléter le décor. L'architecture des entreprises se veut alors le reflet d'une authenticité lorsque les bâtiments sont anciens, comme à Santa Carolina ou Cusiño Macul (vallée du Maipo). Lorsque la *bodega* est récente et fondée *ex nihilo*, elle prétend au contraire renvoyer à l'image que l'on se fait des vins du Nouveau Monde : les bâtiments arborent un *design* novateur. Sur un mode très californien.... A moins que

d'anciens chais ne soient rachetés et mis en avant dans la communication ou le développement du tourisme. Tout un discours donc.

On le voit, tant en matières de techniques, de goût du vin, que de paysages, tout est fait pour séduire les consommateurs du monde entier. Ce qui n'est pas sans donner, on le pressent, une atmosphère factice. Est-ce bien le cas pour autant ?

II. Une « révolution des vins » ?

Le Chili est un pays de tradition viticole. Elle remonte à la colonisation espagnole (mi-XVI^e siècle), mais ne prend réellement toute son importance qu'à partir du XIX^e siècle. Elle a forgé tout un ensemble de coutumes et de traditions (DEL POZO, J., 1999). La littérature chilienne, de Pablo Neruda à Luis Sepulveda, est traversée de références au vin. Pablo de Rhoka a par exemple écrit une *Epopée des nourritures et boissons du Chili* (1949).

Cette tradition repose notamment sur cette grande capacité du pays à intégrer des modèles viti-viticoles que les conditions agro-climatiques permettent d'exalter. Le modèle dominant, que l'on qualifiera de « bordelais », hier inhibé, retrouve désormais toute sa force et tout son dynamisme. Loin d'être une révolution en la matière, il faut plutôt voir là comme une résurgence.

A. L'intégration de modèles viti-viticoles

Même si le vignoble chilien fait montre d'un dynamisme presque provocateur - la réorganisation spatiale des vignes à l'échelle nationale en est un exemple manifeste -, il s'appuie tout de même sur des bases historiques et géographiques bien présentes.

1. Un terreau propice

Il est de coutume, pour dater la « découverte » par le monde des vins du Chili, d'évoquer l'installation du catalan Miguel Torres en 1979. L'entrepreneur fut, à ses dires mêmes, « fasciné » par les vallées andines. En particulier par celle de Curicó, où furent implantées les premières vignes :

« Notre intérêt s'est accru lorsque nous avons réalisé que la Vallée centrale était un paradis pour le développement de vignobles et la production de vins de haute qualité. Essentiellement du fait de conditions de climat et de sols, et du fait de l'existence d'une ancienne tradition viticole. »¹⁰

Même son de cloche chez l'entrepreneur Jess Jackson de l'entreprise américaine Kendall-Jackson :

« Le Chili me rappelle la Californie, mais complètement chamboulée, avec un grand potentiel pour développer des vins d'envergure mondiale. Ils correspondent au profil de ce que nous avons toujours recherché. »¹¹

¹⁰ Cité dans *Viñas y vinos chilenos*, 2004, p. 24.

¹¹ *Ibid.*, p. 24.

Les conditions agro-climatiques sont particulièrement propices, tant pour assurer le développement d'une viticulture de qualité que pour favoriser son dynamisme. Les mécanismes qui résultent de la forte proximité du courant marin froid de Humboldt et de la chaîne des Andes – qui culminent à près de 6960 m avec l'Aconcagua – offrent par exemple à la Région centrale de connaître un climat méditerranéen bien particulier. Il est marqué par des amplitudes thermiques journalières de près de 20° c, suscitées par les brises maritimes et montagnardes. L'alternance de journées chaudes et de nuits froides favorise le développement de l'acidité, la concentration en sucre, ou encore l'expression des arômes. Les conditions sanitaires du printemps et de l'été sont des meilleures. Enfin, la présence de microclimats – on a par exemple coutume de diviser la vallée du Maipo en trois zones bien différenciées en fonction de l'altitude¹² – et de sols extrêmement variés (PSZCZOLKOWSKI, Ph., 2000), donnent une grande latitude aux viticulteurs dans leurs choix.

Rien de plus facile alors que de développer tel ou tel cépage dans ces conditions. D'autant qu'il est possible de jouer sur le développement latitudinal du pays. Que le marché demande du *cabernet*, et l'on plantera dans la vallée du Maipo. Qu'il désire de la *syrah* ? La région de Colchagua y répondra. Qu'il veuille du *pinot noir* – puisque le film *SydeWAYS* (2004) a créé un engouement pour ce cépage chez le consommateur américain –, aucune difficulté non plus. La vallée de Rapel y pourvoira. Un Système d'Information Géographique (SIG) est à cet égard développé par l'Université de Talca et les professionnels du vin : il permet de circonscrire les terrains les plus adéquats en fonction du cépage désiré. Une technologie de précision. Alors que les régions viticoles européennes s'appuient sur une tradition souvent pluriséculaire, et cherchent à pénétrer les marchés avec une production donnée – on songe aux difficultés que les eaux-de-vie connaissent, du Cognac aux *aguardientes* espagnoles –, c'est l'inverse qui se produit ici. C'est le goût du consommateur qui commande presque immédiatement la géographie du vin. Le temps que les ceps de vigne entrent en production...

De telles potentialités forment aujourd'hui le fond d'un discours qui laisse accroire au consommateur que le Chili ne peut que produire d'excellents vins. Sa révélation par les actuels entrepreneurs fait partie du mythe du vignoble chilien, un rien miraculeux. Ce miracle des vignobles du Nouveau Monde – comme nés sous nos yeux –, est permis par la conjonction de multiples facteurs. Parmi ceux-ci, et non des moindres, l'apport à ce pays de nos techniques et de notre savoir-faire. C'est la mondialisation de la vigne et du vin qui permet au Chili viticole de naître. C'est là faire peu de cas de son histoire.

Car, au delà de la modernisation technologique et de l'ouverture indispensable sur les marchés étrangers, tous les ingrédients sont déjà présents. Est-ce bien d'une révolution dont il s'agit alors ? C'est peut-être davantage une réorientation, une normalisation et une intégration qu'il convient d'évoquer. Ce qui ne remet pas en question pour autant les profonds changements que traverse le pays. Une sorte d'*aggiornamento* viticole, si l'on peut dire.

2. La réaffirmation du « modèle bordelais »

Réorientation ? Oui, car la viticulture chilienne s'inscrit tout de même dans la longue durée. Point n'est besoin de rappeler son ancienneté. C'est surtout le XIX^e siècle qui donne au Chili les bases de la viticulture que nous connaissons. Le processus se fait sous l'influence du « modèle bordelais » décrit par Philippe Roudié (ROUDIE, P., 1997). Il s'opère grâce au triptyque hommes, cépages, paysage. Tout est alors en place : du château aux ceps aquitains.

¹² La première sous-région est d'influence andine, la seconde apparaît plus comme un espace de transition, alors que la dernière est sous influence littorale.

Le modèle est donc bien inscrit dans le temps et dans l'espace. Cependant, il est comme mis en sommeil. « *L'histoire du Chili pourrait être (...) celle des occasions manquées ou celle d'une frustration économique constante dans sa réalité séculaire bien que très diverse dans ses causes et dans ses modalités.* » (BORDE, J., 1980, p. 17).

Inhibée par un marché intérieur trop limité, trop excentrée par rapport à l'Europe - en dépit de quelques velléités d'exportation en direction de ce continent ou de la Californie - longtemps cadencée par une loi de 1938 fort prohibitionniste, la viticulture chilienne n'a pu s'orienter vers la recherche de la qualité. Alors même que les exportations de blé en direction de la Grande Bretagne étaient importantes jusqu'à la Première Guerre mondiale, et qu'une communauté anglaise était présente à Valparaiso. Que n'a-t-elle joué le même rôle qu'à Porto, à Madère ou à Marsala ? Il faut attendre l'actuelle ouverture du Chili au reste du monde pour assister au décollage de sa viticulture.

Le modèle bordelais ressurgit avec force. Il est avivé par de nouveaux protagonistes qui s'inscrivent en réalité dans cette même continuité : les œnologues. Avec quelques personnages aussi renommés que critiqués que sont ces « *flying winemakers* », pour reprendre le mot de l'un d'entre-eux, Michel Rolland (*Mondovino*, 2004). Celui-ci travaille - notamment ! - pour la société Grand-Marnier, implantée au Chili avec le vignoble de Casa Lapostolle (vallée de Colchagua). Derrière ces œnologues les plus en vogue se cachent de nombreux anonymes, chiliens pour la plupart. Ils ont souvent fait leurs études à Bordeaux, de plus en plus à Montpellier, ou encore en Californie. Et au Chili même. C'est l'une des forces de ce pays, la formation des hommes devient de plus en plus complète. La naissance d'un pôle d'œnologie à l'Université de Talca, dirigé par Fernando Cordobá, vise à donner davantage d'autonomie au pays. Ce qui n'empêche pas les œnologues chiliens d'affiner leurs connaissances en allant suivre des stages en France ou en Espagne par exemple. Christian Vallejo Rakela, œnologue de *Terra Mater*, vient chaque année à Margaux pour parfaire l'exercice de son métier et son talent. Le modèle aquitain est toujours puissant.

Les œnologues apportent aux vins du Nouveau Monde ce goût bordelais si caractéristique, comme le rappelle Philippe Roudié. Quand ce n'est pas même un goût pomerolais lorsqu'il s'agit de *merlot*... Le phénomène, initié dès le XIX^e siècle, prend toute son ampleur aujourd'hui. Citons à ce propos la contre-étiquette des vins *Almaviva* :

« *Surgi de la rencontre de deux cultures et de deux entreprises, Almaviva est un grand vin rouge dans lequel se conjuguent trois cépages nobles dans la plus pure tradition bordelaise : cabernet-sauvignon, carménère et cabernet-franc.* »

Cette célèbre alliance, nouée entre les sociétés Concha y Toro et Rothschild pour produire un cru de très haute qualité, montre bien à quel point la seconde a amené son savoir-faire. A preuve, ce vin est appelé à devenir un cru de garde, sur un mode aquitain. Ce qui balaie les idées reçues sur l'incapacité du Chili à produire des vins qui vieillissent. C'est affaire de mode de vinification comme de talent. Et de capitaux.

Car tout cet ensemble est bien entendu soutenu par des investissements en quantité impressionnante. A commencer par les entrepreneurs chiliens eux-mêmes. Des capitaux sont également directement placés par des sociétés étrangères (SCHIRMER, R., 2004), comme se fut d'ailleurs souvent le cas dans l'histoire des grands vignobles européens. Le rôle des Hollandais, des Anglais ou d'autres européens du Nord est manifeste en la matière, de l'Aquitaine à la Champagne, de Porto à Jerez. Ainsi, l'espagnol Miguel Torres fut-il le premier à investir dans le pays en vue de la production de vins de qualité. Il est alors suivi par tout un florilège d'entrepreneurs étrangers, parmi lesquels les français ne sont pas en reste. La

revue *Wine Spectator* n'évoque-t-elle pas un « *rush fou* »¹³ ? Evoquons parmi bien d'autres les frères Lurton (Pessac-Léognan), Paul Pontallier (château Margaux) et Bruno Prats (Saint-Estèphe) associés pour créer Viña Aquitania, ou encore la famille alsacienne Massenez. Il faut aussi tenir compte de groupes californiens, avec Kendall-Jackson (Viña Calina), ou espagnols, avec Joseba Altuna (Viña Casablanca).

Des Investissements directs à l'étranger (IDE) ou par le biais de la bourse sont également effectués. S'il est difficile de se faire une idée de ces derniers – et il faut voir là l'un des manques essentiels de la nouvelle géographie des vins –, les premiers sont davantage connus. Des participations croisées (*joint ventures*) se développent, comme c'est le cas avec l'exemple de Concha y Toro et Rothschild. Les liens sont plus charnels que l'on veut bien le dire – de ce côté de l'Atlantique en tout cas –, entre les vignobles du Nouveau Monde et ceux de l'Ancien Monde. Ces liens participent de la mondialisation qui touche la planète des vins. Ils sont essentiels pour comprendre la transformation contemporaine du vignoble chilien. Et sa progression fulgurante parmi les tous premiers pays exportateurs.

B. *L'intégration dans le commerce mondial*

Le Chili, pour connaître le développement qui est le sien, s'appuie tant sur la libéralisation du commerce mondial que sur la chute concomitante des prix du transport. Il est à cet égard impressionnant de voir la *noria* de camions qui part de telle ou telle grande *bodega* en direction du port de Valparaiso. De là, les vins sont embarqués sur des navires portes-containers à destination du reste du monde. L'aéroport de Santiago est également à l'origine de flux, certes plus minimes, de vins de très haute qualité.

Là n'est pas tout : l'intégration du pays dans le concert des nations s'effectue par le biais d'une certaine normalisation. Le Chili doit, autant que faire se peut, se conformer aux modèles dominants. Aussi est-il obligé de davantage structurer son territoire viti-vinicole pour se mouler dans les normes internationales, tout comme de signer des accords commerciaux. C'est le cap à franchir pour demeurer cet acteur majeur de la planète des vins qu'il est devenu. Loin d'être un feu de paille, le phénomène s'enracine.

1. Un processus de construction territoriale

Une réforme interne permet au Chili d'établir les bases d'un secteur viti-vinicole modernisé. Il s'appuie sur une réglementation plus libérale que de nombreux pays en matière de production de vins. Elle n'est pas sans inciter les pays de l'Ancien Monde à vouloir faire de même...

L'intégration du Chili repose tout d'abord sur la mise en place de normes spatiales. La réglementation en matière de production viti-vinicole est établie par la loi n° 18.455 du 31 octobre 1985¹⁴. Ce texte est complété par le décret n° 464 du 14 décembre 1994¹⁵ qui établit

¹³ *Wine Spectator*, 1996, 31 mai, « *Mad rush to Chile by california and french vintners* », article de Jeff Morgan.

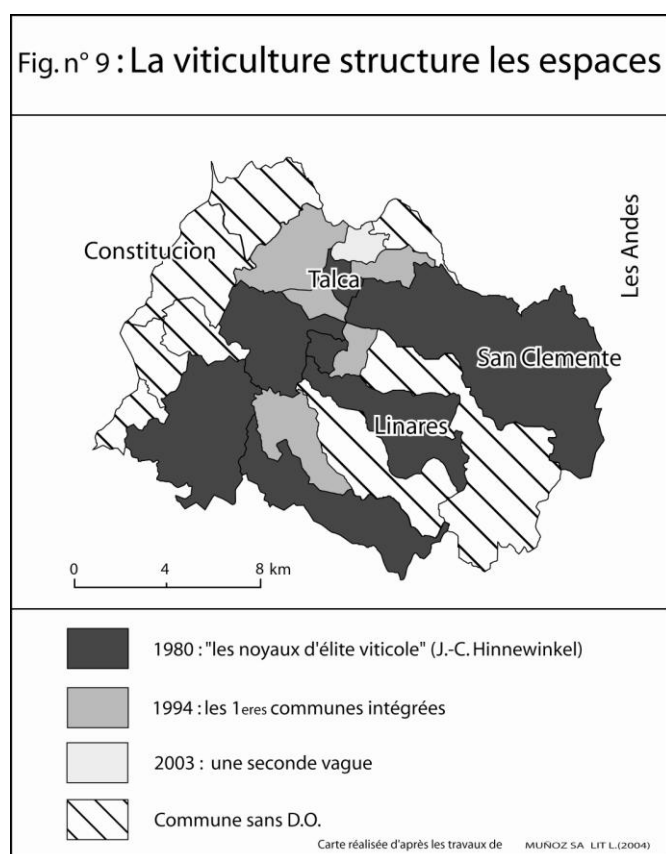
¹⁴ *Ley n° 18.455 (31.10.1985), Normas sobre Producción, Elaboración y Comercialización de Alcoholes Etilicos, Bebidas Alcohólicas y Vinagres, y deroga Libro I de la Ley n° 17.105*. Pour plus de détails, voir sur le site de la Bibliothèque du Congrès National du Chili : www.bcn.cl.

¹⁵ *Decreto n° 464, Zonificación vitícola y Denominación de Origen, Diario Oficial de La Republica de Chile, Viernes 26 de Mayo de 1995, Establece zonificación vitícola y fija normas para su utilización. Santiago, 14 de Diciembre de 1994*. Pour plus de détails, voir sur le site de Viñas de Chile : www.vinasdechile.cl.

une classification viticole et définit des appellations d'origine, les *Denominaciones de Origen* ou « D.O. » (fig. n° 6).

Des espaces « dont les conditions de climat, de sols, de variétés de vignes, les pratiques culturales et œnologiques sont homogènes » (titre V, art. 27) sont ainsi délimités. Ils correspondent aux cinq grandes régions viticoles, elles-mêmes découpées en treize « sous-régions » - les grandes vallées qui proviennent des Andes - et parfois en zones intermédiaires. Les quarante quatre « aires » viticoles qui en dépendent correspondent aux communes ainsi classées. Elles prétendent mettre en avant des terroirs au sens agronomique du terme. Tel n'est pas tout à fait le cas en réalité ; il s'agit ni plus ni moins de la projection sur l'espace chilien du système français d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)¹⁶.

Ces *Denominaciones de Origen* sont des territoires construits. On pourrait presque reprendre le propos de Jean-Claude Hinnewinkel : « la justification par le terroir agronomique fut un argument a posteriori de l'excellence des [noyaux d'élite viticole] et non un préalable : [ceux-ci] sont des constructions sociales beaucoup plus que des milieux naturels » (HINNEWINKEL, J.-C., 2004, p. 65). La seule différence ici, c'est que tout semble s'élaborer en même temps. Avec un grand dynamisme. Les « noyaux d'élite », formés par la concentration de *bodegas*, laissent parfois l'impression d'être aussi récents que les territoires qui les encadrent. A cette remarque près que le ferment de qualité bordelais, distillé dans le territoire chilien, est souvent ancien. On l'a vu.

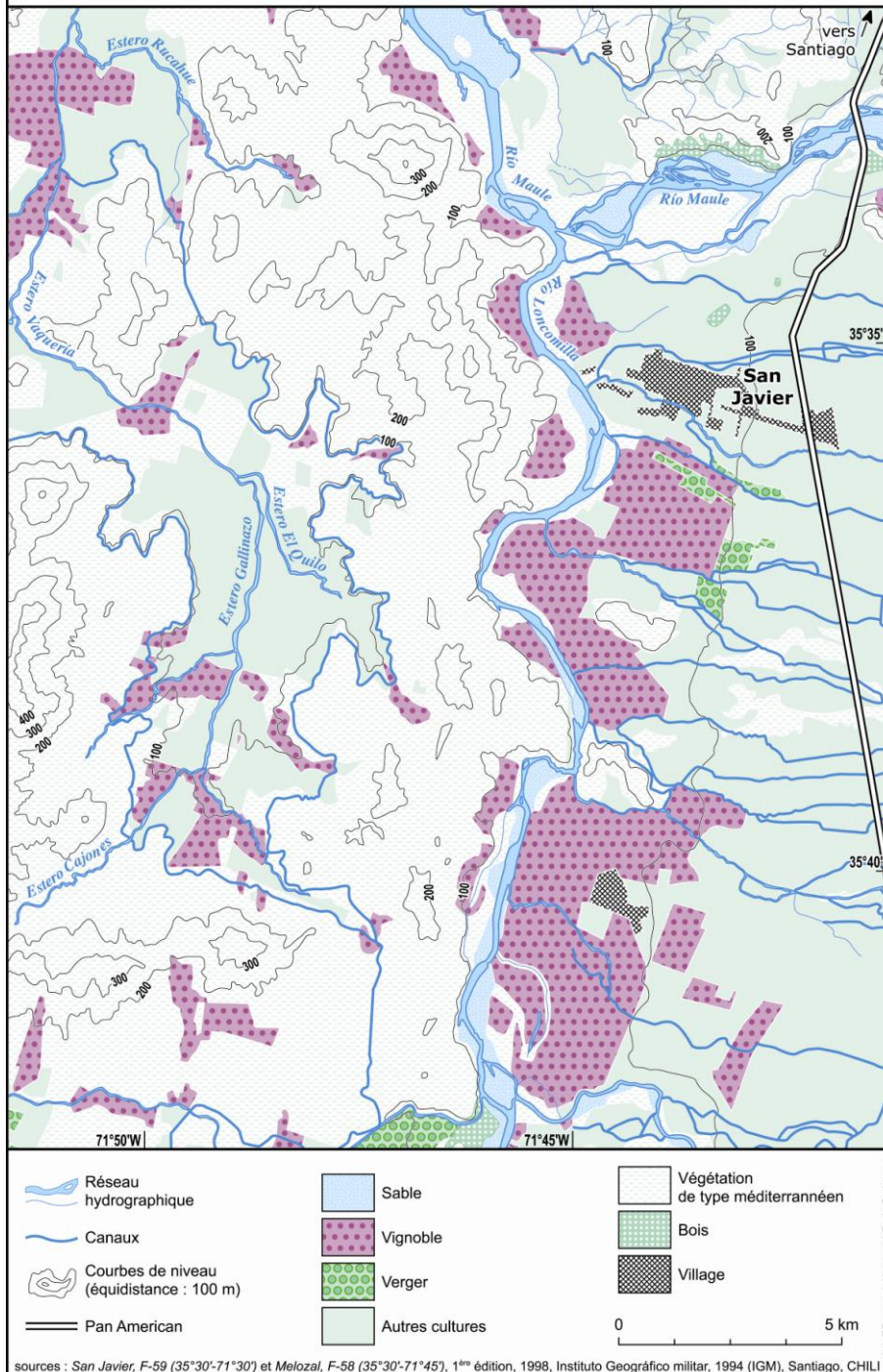


Un phénomène de fragmentation et d'ampliation peut alors se développer. Les *Denominaciones de Origen* se précisent en changeant d'échelle (MUÑOZ SALIT, L, 2004). Les « sous-régions » de 1980 sont par exemple devenues des « régions ». La pyramide de la hiérarchie s'étoffe également d'une base plus précise, au niveau communal. Le processus est ainsi animé d'une dynamique spatiale : les communes périphériques sont intégrées dans la législation à la faveur des réformes (fig. n° 9). L'affirmation qualitative du Chili pousse les communes à se contraindre dans les standards de qualité. Le vin structure les espaces (HINNEWINKEL, J.-C., 2004, p. 7). L'internationalisation du Chili normalise son territoire viti-vinicole.

Le carcan n'est cependant pas aussi serré que ne le sont les AOC. Au sein de l'appellation, toute la commune est classée par décret, sans restriction. Seule la nécessité de produire de bons vins - et donc d'irriguer - limite l'extension des vignes vouées à une production de qualité. Elles sont donc cantonnées dans les parties les plus planes des terrains (fig. n° 10 et photo n° 3).

¹⁶ Lui même inspiré par les exemples portugais et italiens qui se sont développés à l'Epoque Moderne.

Fig. n°10 : Un paysage de vigne au Chili.
 La nécessaire irrigation rapproche les vignes de l'eau



C'est seulement aujourd'hui qu'elles connaissent un développement altitudinal, comme dans la vallée du Maipo. On voit bien combien le terroir est une construction des hommes, qui « lisent » les conditions du milieu à travers un prisme (BRUNET, P., 1995, p. 7). Prisme technologique au premier abord, mais davantage économique, social, et culturel en définitive. Il vise à répondre à une demande bien précise en un certain type de vins. Les vins de cépage du Nouveau Monde de ce début de XXI^e siècle.



Photo n° 3 : Deux types de paysages de vignes. En hauteur, des vignes traditionnelles pour le vin commun, probablement vouées à disparaître. En contrebas, des vignes irriguées pour les vins de qualité. On remarquera les retenues d'eau le long du relief. Vallée de l'Aconcagua. Cliché de l'auteur, août 2005.

Car le système est en fait hybride, sur un modèle que l'on pourrait dire cette fois nord-américain. Il est bien moins drastique que ne l'est le modèle européen, même si ce dernier définit davantage l'origine que la qualité. Le système chilien laisse en effet une marge de liberté aux producteurs. Pour bénéficier de l'appellation, le vin doit être constitué *a minima* de soixante quinze pour-cent du cépage mentionné sur l'étiquette (décret n° 464, art. 4a). Il en va de même pour l'année de récolte (art. 5) et pour l'origine spatiale (art. 3a). L'expression « *Embotellado en Origen* » peut être utilisée à condition que la production provienne de l'aire géographique mentionnée par la *Denominación de Origen*. Enfin, des « *mentions complémentaires de qualité* » peuvent être utilisées, comme « *Grande Réserve* », « *Réserve Privée* », ou « *Sélection* » (art. 8)... sans être réellement définies. Ce qui n'est pas sans faire penser au flou qui entoure en France les « *vieilles vignes* » et autres pratiques dites « *traditionnelles* ». Que l'on songe aux « *usages loyaux et constants* » qui permettent l'utilisation de moûts rectifiés ou de levures exogènes, sans véritable contrôle du législateur... Aussi évitera-t-on aux producteurs chiliens le reproche - trop souvent entendu -, de pouvoir irriguer, alors que nombre de régions françaises ou européennes peuvent chaptaliser. N'est-ce pas bonnet blanc et blanc bonnet ?

Ces signes de qualité, à commencer par les *Denominaciones de Origen*, sont bien perçus par les consommateurs étrangers. Cette normalisation des vignobles du Chili s'accompagne d'une intégration au commerce mondial par la signature d'accords internationaux.

2. Des accords internationaux

Une intégration enfin. Membre du groupe de Cairns au sein de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), le Chili fait parti de ces pays ultra-libéraux. Il s'agit d'un héritage de la dictature militaire (1973-1989) que les gouvernements démocratiques élus depuis lors ont

poursuivis. C'est pourtant moins dans le cadre de l'OMC, qu'au travers d'une série de partenariats, que le Chili s'est engagé dans la voie d'une politique de libéralisation commerciale. Le pays a ainsi contracté tout une série d'accords bi-latéraux avec certains pays d'Amérique Latine, avec les Etats-Unis, avec l'Union Européenne enfin.

L'Accord de Libre échange du 6 juin 2003 signé avec la première puissance mondiale concerne le démantèlement des barrières douanières¹⁷. Il ne va pas au delà de cet aspect en matière viti-vinicole. Tout au contraire de l'accord signé avec l'Union Européenne, initié à Florence en 1996, et entré en vigueur le 1^{er} janvier 2003. Il a une visée beaucoup plus large¹⁸.

Il nourrit ainsi le désir de promouvoir la démocratie, d'affirmer le respect des droits de l'homme et le principe de l'Etat de droit. C'est pourquoi, sur le sujet qui nous intéresse, il dépasse les simples accords de suppression des barrières douanières. Il concerne tout d'abord les pratiques œnologiques, tant en termes de normes que de santé humaine¹⁹. Mais surtout, il statue sur le droit des signes de qualité. Il porte donc sur les Accords de Droits de Propriété Intellectuelle Touchant au Commerce (ADPIC) (titre I, art. 5). Or, c'est bien là que le bât blesse : l'Europe est en position défensive sur ce sujet, à l'OMC (BOY, L., 2002) comme dans les accords bi-latéraux. Celle-ci a bien des difficultés à préserver un vocabulaire et des techniques qu'elle a imposé au monde d'un point de vue historique, et qu'elle cherche désormais à protéger d'un point de vue géographique. D'autant que les copies sont revendiquées comme traditionnelles ; l'Europe est contrainte de les accepter... Si certaines marques doivent être abandonnées, des « *homonymes* » sont toutefois reconnus. Notamment parce qu'ils existent depuis la colonisation espagnole, comme le nom de certaines communes. Les premières doivent en revanche être supprimées, dans les douze années qui viennent pour le marché intérieur et dans les cinq ans pour l'exportation (art. 7-2). On trouve pêle-mêle des références à des régions européennes comme « *la Rioja* », « *Burdeos* » ou « *Oporto* », des termes relatifs au Champagne, ou encore à de prestigieux clos - « *Corton* » - ou appellations - « *Margaux* ». L'Europe gagne sur ce point ce qu'elle perd plus loin. Les « *mentions complémentaires de qualité* » du Chili, parmi lesquelles les « *châteaux* », « *cru bourgeois* » ou « *grand cru* » sont ainsi reconnues. Pis, elle est contrainte d'accepter les mentions de cépages - *cabernet*, *chardonnay* et bien d'autres - avec les règles que l'on sait (celle du « *soixante quinze – vingt cinq* »). Sans même que le consommateur n'en soit informé. N'est-ce pas là ouvrir une boîte de Pandore ? On sait toute la pression que font certains professionnels français pour modifier les AOC ou les règles qui régissent les vins de pays... D'autant que l'Espagne est devenue bien moins scrupuleuse en la matière pour les « *vinos de España* » avec la nouvelle loi du 10 juillet 2003²⁰.

Dans cette nouvelle planète des vins qui se dessine, ce ne sont plus les volumes qui sont en jeu. Les pratiques œnologiques et les signes de qualité se révèlent être d'une tout autre importance. L'Europe ne parvient plus à s'imposer en la matière. En témoigne l'exemple du

¹⁷ Ces barrières sont immédiatement démantelées pour certaines catégories de vins, dans un laps de temps proche - une douzaine d'années au plus - pour d'autres. Cet accord s'inscrit dans cette volonté de la politique étasunienne de bâtir un gigantesque marché de libre échange qui devrait s'étendre de la Terre de Feu jusqu'au détroit de Béring.

¹⁸ Il est possible de le consulter à partir du site Internet de Chilevid.

¹⁹ Des deux côtés apparaissent tout une litanie de pratiques chimiques aujourd'hui bien contestées par les puristes du vin, de l'osmose inverse, à l'utilisation de moûts concentrés rectifiés, ou encore à celles des levures exogènes. Une issue est proposée pour répondre aux éventuelles modifications techniques qui risquent de se développer dans le futur. Comment ne pas penser à ce sujet à la question des Organismes Génétiquement Modifiés (OGM), pour les vignes comme pour les levures ?

²⁰ Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del vino.

Chablis. Le droit américain des marques le protège avec force du droit européen des signes de qualité ; l'Europe n'en peut mais.

Conclusion

Cette révolution des vins chiliens n'est peut être pas le chamboulement que l'on voudra bien dire. Si c'est bien le cas d'un point de vue technique, ou en ce qui concerne les exportations, il convient de rappeler que cette viticulture s'inscrit dans un processus de longue durée. Avec plus de quatre siècles d'existence... Certes, elle n'a pas donné jusqu'à présent de vins de grande renommée, comme le sont les vins d'Afrique du Sud de la région de Constancia. C'est donc sous nos yeux même que se réalise sa montée en puissance d'un point de vue qualitatif. Elle repose sur la réaffirmation tardive du modèle bordelais. Il est aujourd'hui compliqué d'autres influences, américaines tout d'abord. Elles lui donnent un air « *Nouveau Monde* ». L'*aggiornamento* dont on a pu parler fédère alors trois processus combinés de réorientation, de normalisation, enfin d'intégration. C'est pourquoi cette viticulture est somme toute plus insérée dans l'espace que ne le sont les viticultures australiennes ou néo-zélandaises.

Elle est tout d'abord objet de fierté pour le Chili démocratique. Elle participe de la *chilenidad*, la chiléanité. Le *carménère*, longtemps confondu avec le *merlot*, prend de plus en plus du fait de sa rareté l'image d'un cépage national. Le caractère identitaire et patrimonial du vignoble chilien s'affirme. Vin de cépage ne veut plus forcément dire vin a-géographique. Preuve en est que certains crus arborent des symboles Mapuche. Mieux, le classement de certains paysages - comme les caves de la *bodega* Santa Carolina ou le jardin à la française de la *bodega* Cusiño Macul -, participe de ce processus de territorialisation. Il crée des marqueurs culturels. Le vignoble de la vallée del Elqui, certes le moins extraverti pour l'instant, lieu de naissance de la poétesse Gabriela Mistral, est un point fort de la villégiature chilienne. Et de l'identité du pays.

Les vignobles chiliens, ancrés qu'ils sont dans leurs espaces, se tournent de plus en plus vers un développement pluri-fonctionnel. Souci environnemental accru, développement touristique et patrimonial, attention croissante au maintien de paysages de qualité. Du fait de son existence séculaire, le vignoble est effectivement menacé par le développement de l'urbanisation. La métropole de Santiago, comme celle de Bordeaux, attaque les espaces viticoles les plus renommés. Cusiño Macul est déjà cerné par l'urbanisation, comme le sont les châteaux de l'appellation Pessac-Léognan. La vigne n'y est plus que relictuelle. La vallée du Maipo est également confrontée à ce redoutable grignotage urbain. Autant de points sur lesquels Européens et Chiliens pourraient mener de fructueux partenariats. En particulier en termes de classement de paysages (REJALOT, M., 2005).

On le voit, un vignoble du Nouveau Monde plus ancien et plus ancré dans l'espace que l'on ne pourrait le croire.

Bibliographie

- BERTHOMEAU, J., 2001, *Comment mieux positionner les vins français sur le marché de l'exportation ?*, Paris, Ministère de l'agriculture et de la pêche, 80 p.
- BORDE, J., SANTANA-AGUILAR, R., 1980, *Le Chili. La terre et les hommes*, Ed. du CNRS, Paris, 252 p.
- BOY, L., 2002, « Propriété intellectuelle, l'agriculture en première ligne avec l'accord ADPIC », *Déméter* 2002, Armand Colin.
- BRUNET, P., 1995, « Le Terroir. Fin ou renouveau d'une notion », *Cahiers nantais*, n° 43, 1995, p. 7-12.
- Catastro Vitícola Nacional*, 2003, Gobierno de Chile, Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 48 p. Disponible sur le site www.odepa.cl.

- Compendio vitivinícola de Chile, Vineyards and wineries of Chile. Compendium*, 2004, Ed. Nuevos Mundos S.A., Santiago, 739 p.
- DEL POZO, J., 1999, *Historia del vino chileno*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria, 1999, 322 p.
- GUERRERO, R., 1978, « Notes sur un vignoble vieux de quatre siècles : le Chili méditerranéen », in *Géographie historique des vignobles*, colloque de Bordeaux, 27-29 octobre 1977, CNRS, Centre régional de publication, Université Bordeaux 3, CERVIN, 2 vol., 215 et 199 pages.
- HERNANDEZ, A., 2004, « Chile : una vitivinicultura de cara al mundo », in *Viñas y vinos chilenos*, p. 17-32.
- HINNEWINKEL, J.-C., 2004, *Les Terroirs viticoles. Origines et devenirs*, Bordeaux, Ed. Feret, 228 p.
- HINNEWINKEL, J.-C., LE GARS, C., 1997, « Les exportations de vins de Bordeaux « Outre-mer », un marché en profondes mutations », *Cahiers d'Outre-Mer*, 50 (200), octobre – décembre, p.423-443.
- MUÑOZ SALIT L.(2004) *Vitivinicultura chilena, estado de la evolucion de la actividad en el valle del Maule*, informe de practica profesional, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, escuela de Geografia, Universidad de Chile. Mémoire dirigé par M. le prof. Hugo Romero.
- PSZCZOLKOWSKI, Ph., 2000, « El medio natural de Chile como factor de adaptación de la vid (I) », *Chile Agrícola*, 25 (244), Julio – Agosto, pp. 124-126.
- REJALOT, M., 2005, « Paysages viticoles et politiques patrimoniales ; y a-t-il un malentendu bordelais ? », communication prononcée le 18 mai 2005 lors du colloque « Vins, vignes et civilisations en Aquitaine et dans le monde », CERVIN, Université Bordeaux 3, du 17 au 20 mai 2005.
- RENVOISE, G., 2004, *Le Monde du vin a-t-il perdu la raison ?*, Rodez, Ed. du Rouergue, 378 p.
- ROUDIE, Ph., 1997, « « Bordeaux », un modèle pour la viti-viniculture mondiale ? », *Cahiers d'Outre-Mer*, 50 (200), octobre – décembre, p. 433-422.
- SCHIRMER, R., 2004, « Une nouvelle planète des vins », conférence prononcée lors du Festival International de Géographie de Saint-Dié (30 septembre - 3 octobre 2004), *Nourrir les hommes, nourrir le monde. Les géographes se mettent à table*, à consulter sur le site du FIG : <http://xxi.ac-reims.fr/fig-st-die/default.htm>.
- SEPULVEDA, S., 1995, « La internacionalización vitícola y el cambio espacial », *Revista geográfica de Chile, Terra Australis*, n° 40.
- TULET, J.-C., SANCHEZ ALVAREZ, J., 2002, « La croissance du vignoble du Chili par l'amélioration de la qualité et l'exportation », *Sud-Ouest européen*, n° 14, décembre 2002, p. 111-120.
- Viñas y vinos chilenos, Wineries and wines of Chile*, 2004, Mendoza, Ed. Andina Sur, 244 p.

Filmographie :

- Mondovino*, 2003, documentaire de Jonathan Nossiter, Goatworks – Les Films de la Croisade, 2 h 15 mn.
- Sydneyways*, 2004, film d'Alexander Payne, Fox Searchlight Pictures, 2 h 04 mn.