



HAL
open science

Les paysages des vignobles d'Australie. De l'Arcadie au Jacob's Creek

Raphaël Schirmer

► **To cite this version:**

Raphaël Schirmer. Les paysages des vignobles d'Australie. De l'Arcadie au Jacob's Creek. Sud-Ouest Européen, 2006, 21 (Numéro thématique: Territoires et paysages viticoles), 105-116 + p. 144. halshs-00400587

HAL Id: halshs-00400587

<https://shs.hal.science/halshs-00400587>

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.

Les Paysages des vignobles d'Australie

De l'Arcadie au Jacob's Creek

Raphaël Schirmer
Maître de conférences
Université Paris 4 Sorbonne
raphael.schirmer@paris4.sorbonne.fr

Des paysages¹ d'une désolante monotonie (photo. n° 1). C'est bien l'image que l'on retient des vignobles australiens, producteurs de vins industriels, standardisés, et souvent « *body buildés* »²...



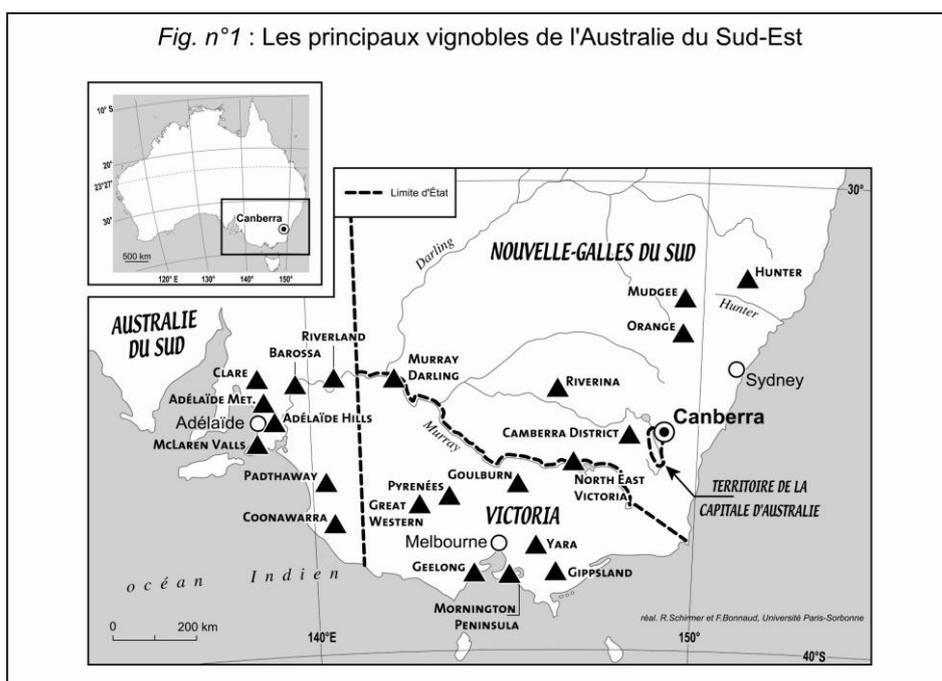
Photo n° 1 : Des vignes plantées à l'infini. Un paysage de viticulture industrielle dans le Riverland. Cliché de l'auteur, août 2005.

Derrière la monotonie se cache cependant une redoutable volonté : celle de conquérir une place de premier plan dans la nouvelle planète des vins en cours de formation. Des vignes à pertes de vue pour fournir des volumes conséquents, du soleil en abondance et une irrigation parfaitement maîtrisée afin d'obtenir des vins surpuissants, une mécanisation complète dans le but d'abaisser au maximum les coûts de production, telles sont les armes déployées par le vignoble australien. Aussi ne s'étonnera-t-on pas qu'il se soit hissé en quelques dizaines d'années seulement au sixième rang mondial des pays producteurs de vin. Avec une superficie de près de 160 000 hectares – seulement 60 000 en 1990 – et des exportations dépassant les six millions d'hectolitres en 2004, il a pu détrôner les vins français sur le marché anglais. Ce vignoble du Nouveau Monde est ainsi perçu depuis notre hémisphère comme une

véritable machine de guerre : un pays producteur de vins a-géographiques à bas coûts, où l'on plante à tours de bras en faisant fi des traditions vitivinicoles européennes. Tout cela du fait d'une *quasi* absence de carcan réglementaire. L'Australie bouleverse les équilibres ancestraux de la planète des vins.

Bref, un des vignobles les plus dynamiques au monde³. On ne saurait cependant s'arrêter à cette image pour comprendre la viticulture australienne. Pour deux raisons au moins. Tout d'abord parce que cette viticulture a déjà une histoire, certes bien moins longue que celle plurimillénaire des vignobles européens. Les premières vignes furent effectivement plantées en 1790. Mais le véritable essor ne date que du XIX^e siècle. Si la viticulture a pu perdurer dans ce lointain pays anglo-saxon, c'est pour mieux lutter contre l'alcoolisme qui sévissait alors dans les classes populaires. Formées d'anciens forçats et de militaires, elles étaient particulièrement avides de rhum. James Busby (1801-1871), considéré comme l'un des pères de la viticulture australienne, a cherché à généraliser le vin pour des raisons de tempérance (BEENSTON, 1994, p. 23). Il faut toutefois attendre le développement des régions minières et des villes, en particulier de Melbourne avec ses émigrés originaires des pays latins, pour que l'essor des vignes devienne réellement significatif. Les exportations sont en effet longtemps trop insignifiantes pour dynamiser les vignobles. Alors naissent des régions de polyculture intensive qui auront tôt fait de se tourner vers la viticulture : les vallées de la Barossa, de Geelong, ou de la Yara. Leurs paysages reflètent les conditions historiques et culturelles de leur création. Elles sont autant de « *petites Angleterre* » fondées aux antipodes de notre monde. Leurs paysages n'ont pas grand chose à voir avec ceux créés *ex nihilo* pour les besoins des exportations actuelles.

La seconde raison provient de ce que l'Australie produit tout de même aujourd'hui des vins de grande qualité, principalement à destination des marchés américains et anglais, et de plus en plus, de ses voisins asiatiques. La revue anglaise *Decanter* dans un classement des cinquante meilleurs vins mondiaux retient deux vins australiens. La première classification australienne faisant autorité, le *Langton's classification of Australian wines*, ne retenait que trente quatre vins de qualité en 1991 lors de sa première édition. Ils sont cent un en 2005. Ils proviennent d'ailleurs pour l'essentiel des régions traditionnelles de la viticulture (fig. n° 1). L'Australie ne peut être réduite à un pays producteur de vins industriels.



Mais, qu'il s'agisse de ces derniers espaces ou de territoires plus récemment conquis à la viticulture, l'insertion accélérée de l'Australie dans la mondialisation n'est pas sans entraîner de profondes répercussions. En particulier parce que le Nouveau Monde, de la Californie à la Nouvelle-Zélande, du Chili à l'Argentine, et de l'Afrique du Sud à l'Australie, prétend révolutionner la façon même de produire et de consommer le vin. N'est-ce pas à travers les paysages mêmes que l'on peut saisir les nouvelles tendances, fort contestées, qui animent le monde du vin ? Une nouvelle culture du vin serait-elle en train de s'échafauder ?

I. Le rêve de « *petites Angleterre* »

L'Australie ne possède pas de campagnes au sens européen du terme, marquées par de fortes densités humaines, tout une collection de bourgs, des paysages homogènes, enfin un sentiment identitaire prononcé. Les espaces à vocation pastorale ou agricole ressemblent davantage à ceux de cet autre pays de colonisation européenne que sont les Etats-Unis (CLAVAL, 1990, p. 240). Il est toutefois une exception notable, celle des régions viticoles les plus anciennes.

La vallée de la Hunter, aux portes de Sydney, présente bien une forte parenté avec les paysages de l'Ancien Monde. Commandé par la petite ville de Cessnock (45 000 habitants), cet espace offre des paysages de grande beauté (photo. n° 2).



Photo n° 2 : Un paysage de campagne. Winery Lindemans, vallée de la Hunter. Les Broken Back Range en toile de fond. Cliché de l'auteur, juillet 2005.



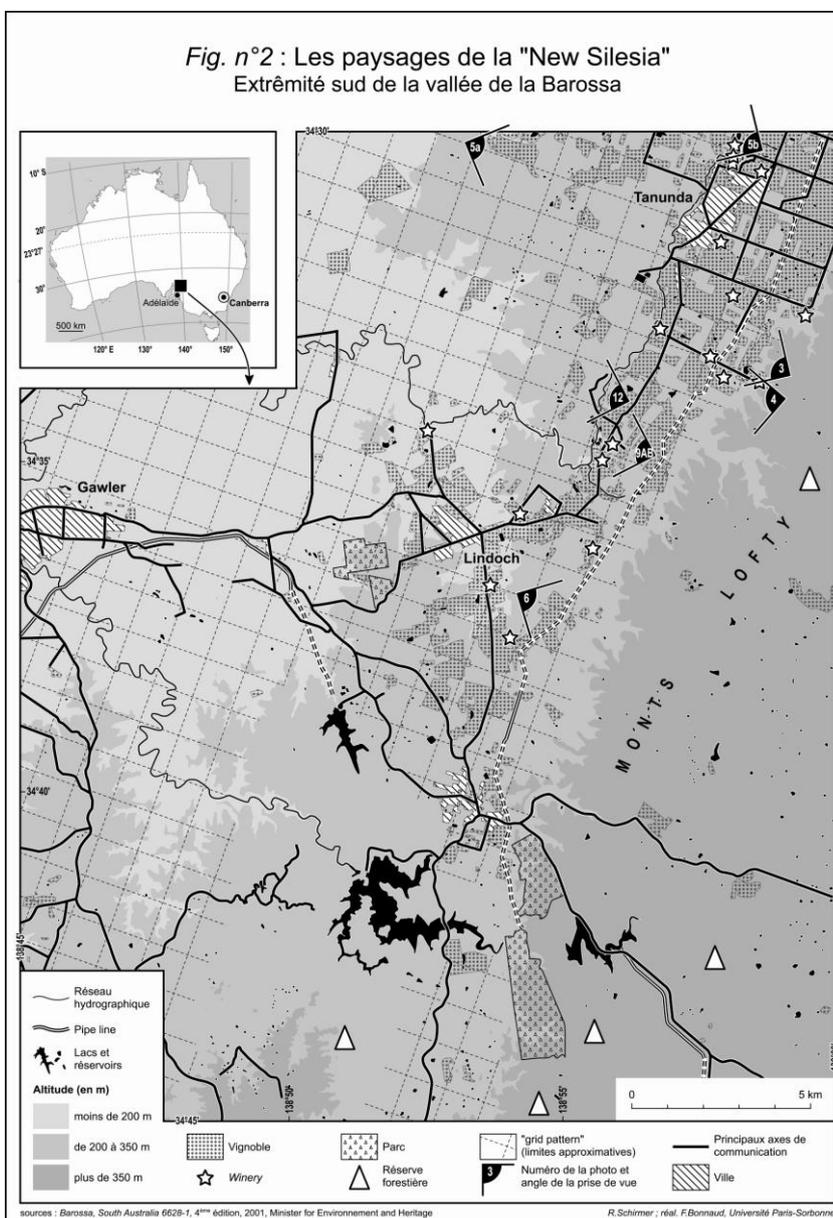
Photo n° 3 : Une théorie devenue paysage. Le parcellaire d'une parfaite géométrie contraste avec les collines des Monts Lofty (au premier plan) réservées au pâturage. On notera au premier plan les réserves d'eau pour l'irrigation. Vallée de la Barossa. Cliché de l'auteur, juillet 2005.

Encadré par les doux reliefs des Broken Back Range à l'Ouest et de la chaîne côtière à l'Est - qui rompent la monotonie du continent australien -, parcouru par une multitude de cours d'eau, enfin enjolivé par l'immixtion de l'élevage bovin et des vignes sur ses marges, il a bien une apparence de *campagne* et non seulement d'espace agricole. N'étaient les eucalyptus et la présence de kangourous - un fléau pour les grappes de raisin - le regard de l'Européen ne serait en rien dérouté par ce paysage qui prend parfois presque des allures de bocage. Une telle similitude avec l'Ancien Monde ne doit rien au hasard : elle repose sur la volonté de créer de « *petites Angleterre* ». L'Etat d'Australie du Sud pousse à la perfection ce décalque. Il « *fut une théorie avant d'être un espace. La charte royale édictée en 1834 la fit surgir des golfes méridionaux, comme une entité propre qui visait à reproduire une province britannique pure.* » (BONNEMAISON, 1995, p. 293).

La politique du *closer settlement* (peuplement dense ou rapproché) a profondément et durablement influencé les paysages de cet Etat : l'espace est systématiquement découpé en lots d'égale dimension, formant une grille orthogonale. Un *grid pattern* à l'australienne (photo. n° 3). « *Pénétrés des goûts britanniques en matière de paysage, les politiciens coloniaux paraissent chérir une image de la campagne faite de petits champs intensément cultivés qui « adoucissent l'horizon » et lui donnent un aspect « agréablement habité » ; ils adhèrent fortement à un idéal politique et philosophique qu'ils ont hérité d'Angleterre et pour lequel le petit paysan indépendant, le yeoman du Nouveau Monde, est devenu un symbole* » (POWELL, 1992, p. 57). Le mythe de l'Arcadie nourrit ces politiciens pétris de culture classique.

Des fermes de petites dimensions, vouées à une agriculture intensive, doivent se développer. Les communautés de colons se groupent dans les villages autour du temple protestant. Cette politique agrarienne est le fruit de la pensée de l'avocat anglais Edward Gibbon Wakefield (1796-1862). Celui-ci cherche à rompre avec la colonisation de bagnards pour favoriser l'éclosion sur ce nouveau continent de ce que l'Angleterre porte de valeurs considérées comme supérieures : les « *convenances de la société britannique* ». Une bourgeoisie terrienne, travailleuse et honnête, doit naître de cette politique. Le prix relativement élevé des terres concourt à sélectionner les candidats tout comme à les fixer dans la durée. Aussi lègueront-ils leurs fermes à leurs enfants, qui eux-mêmes les laisseront à leurs descendants. Une campagne, faite de paysages très anthropisés, s'enracine alors dans le temps.

C'est sans doute le vignoble de la Barossa qui illustre le mieux l'accomplissement de cette politique (fig. n° 2).



Avec cette particularité d'avoir reposé sur une colonisation d'origine germanique, silésienne pour être précis. La « *New Silesia* » se développe à partir de la seconde moitié du XIX^e siècle sous l'influence de réseaux luthériens. Une plaque de commémoration le rappelle.

Des émigrés de confession luthérienne, fuyant la Prusse calviniste de Frédéric III (1831-1888), peuplent effectivement la région. Ils fondent des villages aux noms évocateurs : Keyneton, Bethanien (aujourd'hui Bethany), Langmeil (Tanunda). Presque toute la toponymie est de langue allemande. Le Kaysersthal domine ainsi la vallée du haut de ses six cent mètres. Les bourgs ont des apparences de villages de défrichement, tels qu'ils s'en rencontrent dans le monde germanique (photo.

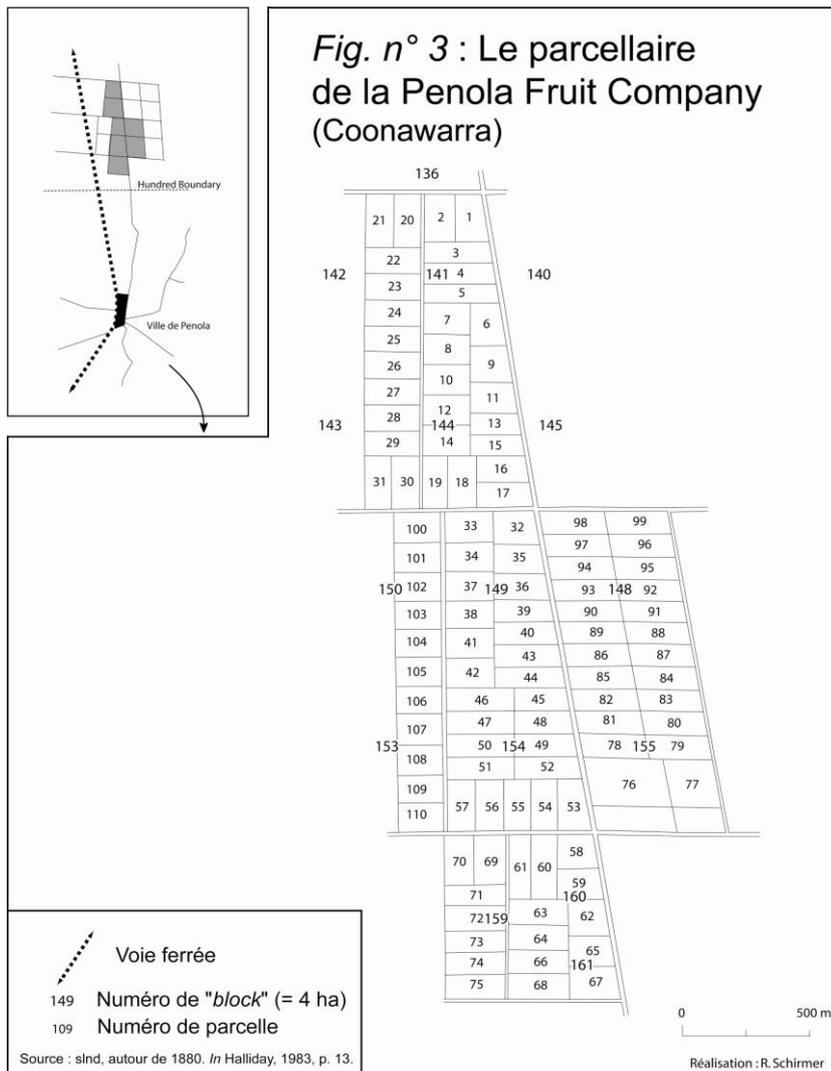
n° 4). De véritables *Waldhufendörfer* transforment l'*outback* australien en autant de campagnes aux apparences européennes.



Photo n° 4 : Un paysage de colonisation agraire. Le village-rue de Bethany, foyer de peuplement de Luthériens originaires de Silésie. Vallée de la Barossa. Cliché de l'auteur, juillet 2005.

La Nature recule face à la Culture. Les colons transposent ainsi les paysages de leurs origines. La duplication culturelle est d'ailleurs suffisamment prégnante pour que des vignes soient plantées. Des entreprises travaillant dans le domaine du vin, des liqueurs ou de la distilleries sont créées. Elles s'appellent Seppelt ou Henschke ; ce sont les grands noms de l'actuel vignoble. William (Wilhem) Jacob (phonétique), qui achète une terre située le long d'un ruisseau - un *creek* -, porte un nom promis à un riche avenir. On reviendra sur ce point.

Même si chacune de ces anciennes régions viticoles a ses particularités, le moule paysager européen domine. Il anime les paysages de la Clare Valley, ou avec moins d'intensité ceux de la région du Coonawarra (fig. n° 3), développée plus tardivement. Dans les vallées de Yara et de Geelong, les émigrés suisses dominent : ils ont quitté la pauvreté rurale et la domination catholique du canton de Neuchâtel. Sur les rives de la rivière Murray, le processus est accompagné d'un gigantesque programme d'irrigation. Les frères Chaffey, d'origine californienne, dirigent le déroulement des opérations d'aménagement à la fin des années 1880. Des colons italiens sont implantés, puis des vétérans de la Première Guerre mondiale.



Le paysage est toujours fort similaire à ce canevas, fait de la projection d'un idéal agrarien aux antipodes de notre monde. Il en découle une apparence très construite, très élaborée, qui individualise les paysages viticoles australiens les plus anciens. Ils tranchent de ce fait profondément avec les premières hauteurs (réservées aux moutons dans la Barossa) et les multiples parcs et réserves naturelles qui encadrent ces espaces. Des lambeaux d'une nature perçue comme intacte, non transformée par l'homme, sont sanctuarisés. Ils représentent autant de témoins d'une Nature originelle, celle d'avant la conquête, léguée aux hommes par Dieu. Le regard protestant sur la Nature donne par conséquent sa dernière touche à ces paysages de vignobles.

Le modèle est donc européen. La viticulture australienne s'est d'ailleurs longtemps contentée de chercher à copier les vins de ce continent, en produisant du « *Burgundy* », du « *Sherry* » ou du « *Port* » (HUETZ de LEMPS, 1969, p. 240). Quelques témoignages de cet héritage perdurent dans les paysages : des ceps taillés en gobelet pour copier les vins mutés espagnols, quelques clos ou encore de rares châteaux (photo. n° 5). Ou, pour être plus précis, des éléments qui y font songer. Sans doute est-ce là une lointaine rémanence du « *modèle bordelais* », fondé sur la trilogie homme – cépage – technique et matérialisé par le « *château* » (ROUDIE, 1997, p. 403 ; ROUDIE, P., 2000).

La rupture survient néanmoins plus tôt qu'on ne le pense généralement : Max Schubert crée en 1951 le premier grand vin australien pour l'entreprise Penfold, le « *Grange Hermitage* ». Il est, selon le mot de l'historien Nicolas Faith, une véritable « *déclaration d'indépendance* » (FAITH, 2002, p. 158). Les vignobles australiens entrent alors progressivement dans une nouvelle ère, celle des vins internationaux. Une nouvelle façon de penser et de produire le vin émerge ; les paysages reflètent ces novations.



Photo n° 5 : Des héritages du modèle de viti-viniculture européen. Vignes en gobelet sur un modèle andalou (A), évocation de « châteaux » sur un modèle bordelais : winery Penfolds (B) et portails (C et D). A, B et C vallée de la Barossa. D vallée de la Hunter. Clichés de l'auteur, juillet 2005.

II. Le rêve démocratique

Le Nouveau Monde prétend rompre avec la manière européenne de produire et de boire le vin. Le système d'appellations d'origine et d'identification de terroirs est perçu comme trop complexe pour être compris par tout un chacun. Il est jugé archaïque, abscons et hermétique. Seul le cépage est désormais mis en exergue, et la marque commerciale – garante de qualité à elle seule –, triomphe sur la provenance. Le vin ne s'adresse plus à une petite élite fortunée, initiée aux codes et aux langages qui permettent d'appartenir aux *happy few*. Le vin est banalisé – après la voiture et le frigidaire⁴ – pour être bu par une masse croissante de consommateurs. L'idéal démocratique des pays du Nouveau Monde gagne les produits les plus raffinés et les plus connotant.

« Ainsi, les trente dernières années ont connu un virage sans précédent dans le domaine du vin. On est passé d'une boisson peu répandue, dégustée par une élite et produite selon des méthodes archaïques, à une boisson appréciée par des gens de toutes origines sociales et produite selon des méthodes scientifiques. » (WILLIAMS, 1995, p. 17).

Pour parvenir à ses fins, la vitiviniculture australienne mobilise effectivement les technologies les plus avancées. Combien de *wineries* ne revendiquent-elles pas des équipements « *state of the art* » ? Alors qu'il est de bon ton en Europe de dissimuler toute pratique œnologique ou toute machine un tant soit peu moderne – pour ne laisser place qu'à un discours portant sur une tradition plus ou moins avérée et déformée –, les paysages australiens mettent bien au contraire en avant ce qu'ils considèrent comme un gage de qualité. Les cuves en inox sont le symbole d'une recherche qualitative moderne. Ainsi Len Evan, considéré

comme le gourou de la viticulture australienne actuelle, possède-t-il une *winery* où rien n'est dissimulé, alors même qu'il fut un pionnier dans l'essor de la vente directe. Bien au contraire même, son entreprise s'étend le long de la route, tel un décor (photo. n° 6). Alors qu'en France on privilégierait l'arrière de l'exploitation pour installer les cuveries modernes de façon à les dissimuler. La transparence est sans doute l'un des mots clés de la viticulture australienne. Au premier regard au moins⁵.



Photo n° 6 : Un parcours autour de la *winery* : après l'entrée sur la droite, le visiteur s'arrête devant le lieu de vente (*cellar door*) puis passe devant les installations de vinification dernier cri (Agrandissement B) avant de redescendre vers la route principale au premier plan. Vallée de la Hunter. Clichés de l'auteur, juillet 2005.

Une telle différence provient de ce qu'elle repose sur une approche scientifique de la production de vin. La croyance que la science favorise le progrès motive l'action des hommes. En matière vitivinicole, elle permet d'atteindre cet idéal de vins de qualité accessibles à tous. Pour Len Evan toujours, « *le succès de la production de vins blancs de qualité provient du triomphe de la technologie sur l'environnement* » (EVAN, 1984, p. 765). Les paysages viticoles prennent de ce fait une allure très ordonnée. Ils reflètent l'importance de la recherche, qu'elle soit menée en Australie ou dans d'autres pays. L'agronomie et la chimie du vin – est-ce bien toujours de l'œnologie ? – imposent aux paysages leur allure disciplinée.

Le milieu est particulièrement maîtrisé par les hommes. Le choix de cépages mieux adaptés aux conditions climatiques australiennes – la *syrah* plutôt que le *cabernet* –, l'irrigation des vignes et l'utilisation du froid pour la fermentation des vins blancs – développée en Californie sous l'influence du russe André Tchelistcheff –, sont autant de témoins de cette approche scientifique de la production de vin. Elle est aujourd'hui contrôlée à distance grâce à l'utilisation de Systèmes d'Information Géographique (SIG) et de la télédétection. Le contrôle par l'informatique permet de gérer au mieux chaque pied de vigne. Le paysage est totalement artificialisé. A telle enseigne que la vallée de la Barossa est par exemple constellée de réserves d'eau pour l'irrigation des vignes. Le domaine de Mountadam couvre près de mille hectares avec seulement une cinquantaine d'hectares plantés en vignes. Le reste de cet espace sert essentiellement à recueillir la très faible quantité d'eau qui tombe annuellement (CLARKE, 1995, p. 277).

Cette logique d'artificialisation forcenée est doublée d'une mécanisation très poussée, facilitée par le parcellaire géométrique, qui achève cette parfaite maîtrise : l'homme contraint la plante pour ne plus agir manuellement (photo. n° 7). Les vignes sont dressées à l'aide d'inextricables corsets : la taille en canopée de certains cepes et les conduites pour l'irrigation créent une structure particulièrement solide et aérienne autour de la vigne (photo. n° 8).



Photo n° 7 : Un paysage qui témoigne d'une parfaite maîtrise. Alignement des ceps, taille complètement mécanisée, enherbement contrôlé (dont on perçoit également l'alignement), irrigation par système de goutte à goutte. Vallée de la Barossa. Clichés de l'auteur, juillet 2005.



Photo n° 8 : Un paysage de « toile d'araignée » pour mieux contraindre les ceps. Système de palissage en hauteur et conduites pour l'irrigation à quelques centimètres du sol. Adelaide Hills. Clichés de l'auteur, juillet 2005.

Profiter au mieux du rayonnement solaire, nourrir et alimenter en eau à volonté, tailler et récolter grâce à des machines : tout concourt à solidifier la liane. Il faut donc la contraindre au mieux pour produire des vins de qualité.

Des vins de qualité honnête qui répondent à des goûts assez stéréotypés - exubérance du fruit, boisé prononcé - que demande le consommateur *lambda* des Etats-Unis ou d'Angleterre. A un prix défiant toute concurrence. Une journaliste anglaise ne s'est-elle pas étonnée en 1986 que les Australiens parviennent à produire des vins à un prix tellement dérisoire, en dépit même des frais de transport (MAC QUITTY, 1986) ? Et de contribuer par la même occasion à l'engouement pour ces vins...

Une logique qui confine à l'industrialisation s'est en fait emparée d'une partie très majoritaire des vignobles australiens. Elle s'appuie sur l'existence de marques commerciales. Elles sont le dernier maillon de la « *rationalisation* », selon le mot de James Halliday, qui donne aux vignobles leur allure. Ce fin connaisseur de la vitiviniculture australienne note pour comprendre un tel processus « *le pouvoir toujours croissant des distributeurs* ». « *Le vin a cessé d'être une production spéciale ; plus de 80 % de la production (...) est désormais marquée de la même manière que les corn flakes, les haricots ou n'importe quelle autre denrée.* » (HALLIDAY, 1988, p. 1). Avant d'être vendus chez l'américain Walmart, l'anglais Harrod's ou le français Carrefour. De gigantesques entreprises gèrent ces flux de vin, avec une concentration sans égale. Les quatre « *big four* » que sont Penfold, Southcorp, Hardy et Orlando-Wyndham représentent les quatre cinquièmes de la production.

Spécificité australienne que l'on retrouve aux Etats-Unis, les *winemakers* (littéralement les faiseurs de vins) achètent le raisin aux *grapegrowers* (les producteurs de raisin). Aussi le vin est-il facilement identifié par le cépage comme par la marque commerciale. La plus importante d'entre-elles vend chaque année près de cinq millions de caisses d'un même vin. Un vin qui doit constamment présenter la même couleur et le même goût, alors que les raisins sont issus de près de cent cinquante parcelles différentes. L'entreprise Orlando-Wyndham, acquise par le groupe français Pernod-Ricard, commercialise ce défi œnologique à travers le monde en utilisant le toponyme de... Jacob's Creek (phonétique). Mais qui se souvient de l'origine du nom ? Les paysages reflètent en tout cas cette standardisation très élaborée.

Le gigantisme marque en effet ces paysages de production de masse. Ici par l'extension démesurée des parcelles - si le terme même est encore adéquat... -, là par des capacités de stockage sans commune mesure, plus loin par les moyens utilisés pour l'exportation des vins (photo. n° 9).

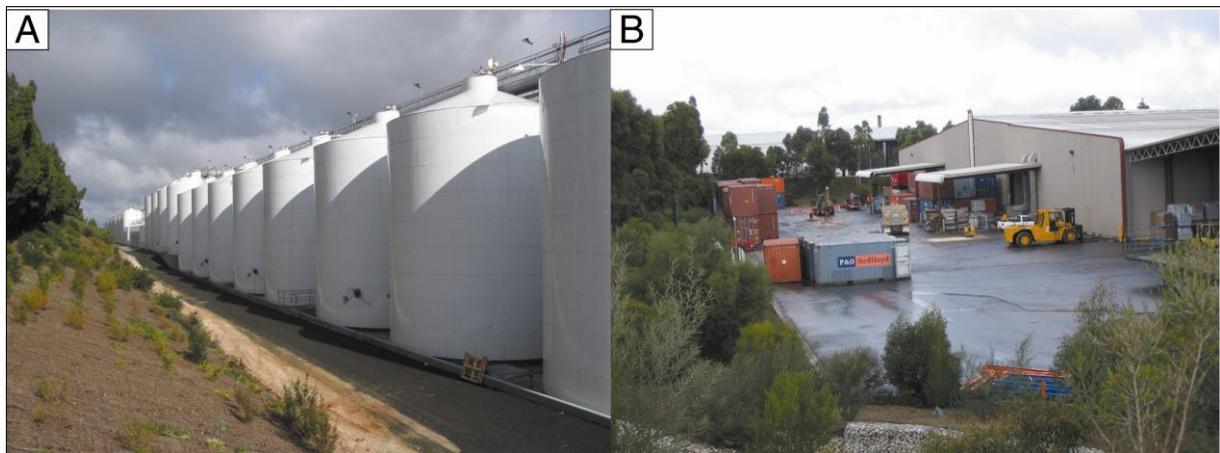


Photo n° 9 :Un paysage industriel dissimulé. Des capacités de stockage hors norme (A) à perte de vue, une standardisation des flux grâce aux conteneurs (B). Vallée de la Barossa. Clichés de l'auteur, juillet 2005.

La standardisation des moyens de transport oblige à recourir à des conteneurs ; ils seront transportés par camions jusque dans les grands ports du pays - Perth, Adelaide, Melbourne ou Sydney - avant d'être exportés dans le monde entier. Cette face cachée du vignoble, industrielle, est en fait loin d'être perceptible au premier abord. Il faut contourner les *wineries*, prendre de la hauteur - et donc quitter les vignes et les sentiers balisés pour circuler sur les routes non goudronnées -, ou encore s'enfoncer dans les régions les moins touristiques pour saisir cette réalité. Des vignes peuvent alors s'y étendre à perte de vue, alignant des millions de ceps, comme dans le Riverland. Un même clone de *chardonnay* ou de *merlot* reproduit à l'infini. Avec une spectaculaire homogénéité des paysages, qui n'est pas sans faire penser à d'autres régions dévolues au productivisme agricole, comme dans les plaines du Kansas ou les plateaux d'Ile-de-France. Toutes les entreprises ne vinifient d'ailleurs pas sur place les raisins, certaines les rapatrient vers les régions traditionnelles pour les transformer. De là d'incroyables installations de vinification. La vallée de la Barossa a par exemple une capacité qui dépasse de loin ce qu'elle produit sous son nom. Le paysage, local, ne se comprend qu'à une échelle régionale.

Ce n'est bien sûr pas ce que le consommateur ou le touriste retiendra du vignoble s'il le parcourt. Les espaces les plus visités ou sur lesquels se focalise l'attention du consommateur présentent un tout autre paysage. Un tout autre décor devrait-on dire. Car c'est bien de cela

dont il s'agit : le tourisme et la vente directe obligent à façonner le paysage. Un paysage conforme à ce qu'en attend l'amateur de vins. A ce qu'il fantasme des vignobles. Cette touristification particulièrement poussée ne fut pas sans gêner l'éthique protestante : un rapport officiel de 1977 déplore cette évolution (HUNTER VALLEY, 1977, p. 44)⁶.

Tel un décor de théâtre, le paysage est construit de multiples tableaux. Ils prennent une acuité plus ou moins vive en fonction des espaces ou même des lieux. Ils visent à rappeler au consommateur qu'il est bien dans une région viticole ô combien spécifique. Le paysage mêle alors des éléments qui prétendent lui conférer une certaine authenticité, aussi paradoxal que cela puisse paraître pour un vignoble du Nouveau Monde. Il combine alors des notes d'influence exogène comme locale. Mais ce qui domine davantage à présent, ce sont les paysages viticoles au style « *Nouveau Monde* ». Ils sont porteurs de tout un discours sur le vin.

Parmi les premières influences qui dressent un décor de vignoble, il faut tout d'abord noter la présence d'espèces végétales méditerranéennes, tels les cyprès ou les oliviers. Ce lointain rappel des origines de la viticulture permet d'ancrer ces territoires dans un fonds culturel ancien. Ce sont également des rosiers en bout de règes - dont la fonction n'est sans doute plus de prévenir de l'oïdium à l'heure du suivi informatique - qui renforcent l'impression de paysage bien caractéristique. Quelques éléments patrimoniaux apparaissent d'ailleurs : certaines entreprises ont pu conserver des bâtiments relativement anciens. Ainsi est-ce le cas dans la région des Adelaide Hills (photo. n° 10). Tout comme dans la Hunter, région particulièrement touristique puisque c'est le deuxième espace visité en Nouvelle Gales du Sud (New South Wales) et le cinquième d'Australie. Les bâtiments ne sont plus qu'une vitrine pour certaines grandes entreprises. Elles bénéficient ainsi d'un lieu de vente directe, le *cellar door*, et d'une façade pour le grand public ou la presse. Cet aspect « *authentique* » est d'ailleurs poussé à son comble dans la Hunter avec la création de « *villages* » touristiques (photo. n° 11) propices à la vente de vin mais aussi du kitsch le plus redoutable.



Photo n° 10 : Un paysage patrimonial. L'entreprise Nepenthe utilise cette ancienne maison de colonisation allemande dans le village de Hahndorf. Seuls les bureaux s'y trouvent encore. Adelaide Hills. Clichés de l'auteur, juillet 2005.



Photo n° 11 : Un « village » touristique créé de toutes pièces dans la vallée de la Hunter. L'architecture reprend les formes traditionnelles (voir la photo n° 2). Clichés de l'auteur, juillet 2005.

Les *wineries* les plus modernes tranchent vigoureusement dans ce paysage ainsi marqué par un éclectisme poussé. Quelques traits communs se dégagent tout de même de ces formes futuristes très « *Nouveau Monde* ». L'accueil et la convivialité sont au centre du fonctionnement de la *winery* ouverte au public. Aussi l'utilisation du verre et de structures légères invite-t-elle le consommateur à pousser la porte (photo. n° 12). Il faut voir là un complet retournement face aux *pubs* traditionnels, très fermés, d'apparence sombre, et dont on ne perçoit l'intérieur qu'une fois la porte poussée. Est-ce une influence californienne ? La *quasi* transparence de certains édifices renvoie en tout cas à cette volonté de produire des vins de qualité en ne dissimulant rien. Les tonneaux de bois neuf sont d'ailleurs fièrement exposés. Un monde de l'image et du paraître. L'architecture devient gage de qualité.



Photo n° 12 : Une architecture moderne et transparente pour mieux vendre les vins de Jacob's Creek. Un paysage aux antipodes des pubs australiens. Vallée de la Barossa. Clichés de l'auteur, juillet 2005.



Photo n° 13 : Une complète mise en scène paysagère. Tout y est depuis les cyprès et le portail jusqu'au gigantesque panneau solaire sur le toit. Vallée de la Hunter. Clichés de l'auteur, juillet 2005.

Elle l'est d'autant plus que la recherche qualitative s'accompagne de plus en plus d'un souci de développement durable⁷ sur lequel il est bon de communiquer pour mieux vendre (*The Australian Grapegrower and Winemaker*, 2002, p. 6). Produire du vin, certes, mais en respectant l'environnement, ou mieux, en agissant dessus pour favoriser la biodiversité (SMALL, 2003, p. 30). Le vignoble australien a engagé des efforts particulièrement importants en la matière. Les *wineries* fonctionnent avec des équipements solaires – bien mis en évidence (photo. n° 13) –, portent une attention accrue à la question de l'eau, et entretiennent une enherbement maîtrisé pour diminuer l'utilisation des herbicides. La question environnementale réenchante le monde du vin australien. Et donc les paysages. La technique les banalise à outrance ; la nature leur donne une nouvelle charge émotionnelle (photo. n° 14).



Photo n° 14 : Le retour du sauvage : viticulture « organic » (ce qui correspondrait au « bio » en Europe). Enherbement « naturel » et retour des labours pour travailler le sol. Clichés de l'auteur, juillet 2005.

Conclusion

Les paysages de l'Australie seraient-ils une synthèse des nouvelles tendances de la viticulture mondiale ? Avec une dualité accrue des productions – quelques vins d'extrême qualité ou de niche et un océan de vins industrialisés –, une orientation prononcée vers le tourisme, une attention croissante accordée au développement durable, enfin une patrimonialisation conjuguée à un renouveau architectural plutôt moderne, ce sont autant d'ingrédients qui paraissent aujourd'hui fonder la modernité vitivinicole. Elle émane beaucoup plus du Nouveau Monde, et notamment de la Californie et de l'Australie, que de l'Ancien. Celui-ci s'inspire déjà du premier, par exemple en matière architecturale, montrant à quel point les modèles paraissent s'inverser. Sans que l'on ose vraiment le dire... On ne compte plus les réalisations confiées à l'architecture contemporaine, de Villafranca de Penedes (Espagne) à Bordeaux ou à Bolgheri (Italie), avec des allures « *Nouveau Monde* ». Des architectes de renom sont sollicités, tels Franck Ghery ou Gae Aulenti.

Certains regretteront cette tendance, surtout en matière de goût du vin. Car le bilan de la démocratisation de cette boisson paraît pour le moment, hélas, plutôt mitigé. L'industrialisation des processus vitivinicoles a en effet tendance à faire sombrer la production dans la facilité organoleptique, avec des vins aux goûts simples et plutôt racoleurs. Certains Australiens le reconnaissent eux-mêmes, nombre de leurs vins sont trop boisés. En revanche, on peut mettre au crédit du Nouveau Monde de susciter un nouvel intérêt pour cette boisson. Ne serait-ce d'ailleurs qu'en provoquant une réaction dans l'Ancien Monde. Les recettes qu'il a mis en place par le biais d'une offre simplifiée ne serait-elle pas la réponse à ce qui apparaît dans les pays latins européens comme une crise de la consommation ? Sans doute. A condition que l'on puisse espérer que les nouveaux adeptes se dirigent dans un deuxième temps vers des vins plus complexes.

L'Australie a une carte à jouer en la matière, en particulier auprès des jeunes, puisqu'elle produit aussi bien des vins d'entrée de gamme que des vins fins. Le pays ne fait-il pas rêver les jeunes du monde entier ? N'est-il pas perçu avec un regard profondément positif qui pourrait rejaillir sur le monde du vin, plutôt connoté comme vieillot ? Plutôt que de s'enfermer dans une confrontation stérile entre l'Ancien et le Nouveau Monde, il est sans doute de l'intérêt de chacun de prendre ce qu'il y a de meilleur chez l'autre pour évoluer. Les producteurs des Côtes du Rhône l'ont bien compris, qui réorganisent leur offre autour de vins

« fruités » et « corsés ». Leurs ventes connaissent depuis peu une nouvelle croissance sur le marché anglais.

Bibliographie

- The Australian Grapegrower and Winemaker*, 2002, n° 465, octobre, p. 6.
- BEESTON, John, 1994, *A Concise history of Australian wine*, Allen and Unwin Pty Ltd, 338 p.
- BONNEMAISON, Joël, 1995, « Australie », in *La Géographie Universelle, Asie du Sud-Est, Océanie*, Paris, Belin, 479 p.
- CLARKE, Oz, 1995, *Atlas Hachette des vins du monde*, Paris, Hachette, 320 p.
- CLAVAL, Paul, 1990, *La Conquête de l'espace américain, du Mayflower à Disneyland*, Paris, Flammarion, 320 p.
- EVAN, Len, 1984, *Complete book of Australian wines*, Landsdowne, Sydney, 792 p.
- FAITH, Nicolas, 2002, *Liquid gold. The story of Australian wine and its makers*, Mac Millan; Sydney.
- HALLIDAY, James, 1983, *Coonowarra. The history, the vignerons and the wines*, Jenissey Pty Ltd, 188 p.
- HALLIDAY, James, 1988, *The Australian Wine compendium*, Angus and Robertson publishers, 576 p.
- HUETZ de LEMPS, Alain, 1969, « Les vignobles et les vins d'Australie », *Cahiers d'Outre-Mer*, n° 87, p. 225-251.
- HUNTER VALLEY RESEARCH FOUNDATION, 1977, Monograph n° 39, *A Study of wine in the Hunter region of NSW*, by Cyril Renwick, Published at the Research Centre, Downie street, Maryville, Newcastle, NSW, 68 p.
- MAC QUITTY, Jane, 1986, *The Times*.
- PITTE, J.-R., 1983, *Histoire du paysage français*, t. 1, *Le Sacré : de la Préhistoire au XV^e siècles*, Paris, Tallandier, 244 pages.
- POWELL, J.M., 1992, « L'idéal du "Yeoman" en Australie », *Géographie et cultures*, n° 2, p. 35-44.
- ROUDIE, Philippe, 1997, « "Bordeaux", un modèle pour la viti-viniculture mondiale », *Cahiers d'Outre-Mer*, n° 200, p. 403-422.
- ROUDIE, P., 2000, « Vous avez dit « château » ? Essai sur le succès sémantique d'un modèle viticole venu du Bordelais », *Annales de Géographie*, n° 614-615, p. 415-425.
- SMALL, Gioia, 2003, « Vineyards to landscapes. Where are the links ? », *The Australian and New Zealand Grapegrower and Winemaker*, n° 473, juin, p. 29-32.
- WILLIAMS, Andrew, 1995, *Flying winemakers. The New World of wine*, Winetitles, Adelaide, 66 p.

¹ Le paysage est « l'expression observable par les sens à la surface de la terre de la combinaison entre la nature, les techniques et la culture des hommes. Il est essentiellement changeant et ne peut être appréhendé que dans sa dynamique, c'est-à-dire dans le cadre de l'histoire qui lui restitue sa quatrième dimension. » Définition donnée par J.-R. Pitte. (PITTE, J.-R., 1983, p. 24).

² Critique adressée à des vins devenus surpuissants (en alcool comme en goût) du fait de pratiques œnologiques fort peu orthodoxes, de l'ajout de copeaux de bois pour les aromatiser à l'utilisation de moûts concentrés et rectifiés par exemple.

³ Le pays traverse en ce moment une crise de surproduction... Il est question d'arracher des vignes.

⁴ La première permet d'ailleurs d'acheter les vins dans les supermarchés, le second contribue au renouveau des vins blancs, désormais dégustés frais lors de l'apéritif par exemple.

⁵ Au premier regard au moins. Il n'est pas certain que tout le monde ait bien conscience des pratiques œnologiques utilisées. Celle qui fait le plus parler d'elle est sans doute l'ajout de copeaux de bois pour donner des notes vanillées très prononcées aux vins.

⁶ « *But there is no doubt that leisure is now the mainspring of economic activity, not work, how matter how offensive this is to the Protestant ethic (...).* »

⁷ La Winemakers' Federation of Australia met particulièrement l'accent sur le développement durable (*sustainable development*) dans le programme *Strategy 2025* publié en 1996. Ce programme doit accompagner l'essor des vignobles australiens pour les années à venir. Voir le site : <http://www.wfa.org.au/strategy2025.htm>.