

LE VIN COMME LEVIER DE COMPÉTITIVITÉ ET DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DANS LE CADRE DE LA MONDIALISATION : REGARDS CROISÉS SUR DEUX GRANDS VINS EUROPÉENS, LE PORTO ET LE CHAMPAGNE

Philippe BAUMERT

ATER en Géographie à l'Université de La Rochelle
Université Bordeaux Montaigne, ADESS (UMR 5185/CNRS)
philippe.baumert@univ-lr.fr / philippe.baumert@gmail.com

Résumé

Les vins de Porto et de Champagne sont des vins mondialement célèbres qui véhiculent à l'étranger une image de qualité des vignobles portugais et français tout en s'affirmant comme des symboles de luxe pour les deux pays. L'hypothèse posée dans le cadre de cette étude est que les vins de Porto et de Champagne peuvent s'avérer être, dans le contexte de la mondialisation, de véritables leviers de compétitivité et de développement territorial.

Mots-clés : Champagne, Compétitivité, Développement territorial, Mondialisation, Porto.

Abstract

Port wine and Champagne are universally famous wines which convey internationally an image of quality of the portuguese and french vineyards while affirming themselves as symbols of luxury representing these two countries. The hypothesis of this study is that Port wine and Champagne could be, in the context of globalization, real levers of competitiveness and territorial development.

Keywords : Champagne, Competitiveness, Globalization, Porto, Territorial development.

1. Introduction

Les vins de Porto et de Champagne sont des vins mondialement célèbres qui véhiculent à l'étranger une image de qualité des vignobles portugais et français tout en s'affirmant comme des symboles de luxe pour les deux pays. Si le Champagne est d'abord une boisson à la mode dans les milieux de cour, d'abord en Angleterre puis en France, il a néanmoins petit à petit franchi les barrières sociales : au 19^e siècle, c'est le vin de la fête, de la réussite, des élites et de la bourgeoisie ; puis au 20^e siècle, on voit entrer ce vin dans les repas de fêtes des classes moyennes ; aujourd'hui, même dans les

milieux populaires et peu fortunés, on fait l'effort, les jours de grandes fêtes, d'investir dans une bouteille de Champagne, de jouer à « saute – bouchon » comme l'on disait au 18^e siècle¹. Le vin de Porto a connu la même évolution. Au-delà des représentations se trouvent, derrière ces deux noms de vins les plus souvent consommés lors d'événements festifs, des territoires, acteurs et modèles d'organisation bien spécifiques qui présentent, toute proportion gardée, des caractéristiques similaires justifiant la comparaison.

Nous posons l'hypothèse que les vins de Porto et de Champagne peuvent s'avérer être, dans le cadre de la mondialisation, de véritables leviers de compétitivité et de développement territorial. Concilier ces éléments n'est *a priori* que peu évident dans le cadre d'une mondialisation qui hiérarchise et sélectionne plus les territoires qu'elle ne les uniformise. Dans le contexte champenois, le risque de déconnexion avec les réalités locales s'illustre notamment par le fait que de plus en plus de grandes maisons de Champagne, qui avaient par le passé un ancrage familial au sein du territoire champenois, sont désormais détenues par de grands groupes industriels et commerciaux aux logiques de rentabilité mondialisées. Le dialogue équilibré entre la production et le négoce au sein de ce dernier vignoble semble néanmoins en limiter les risques pour les petits viticulteurs alors que la situation apparaît plus préoccupante dans le cadre de la filière du vin de Porto où la concentration du secteur et les impacts induits sur les producteurs en termes de prix d'achat des raisins du fait de la faiblesse actuelle de la Casa do Douro sont plus que préoccupants.

Après avoir présenté les territoires, acteurs et modèles d'organisation des vins de Porto et de Champagne, nous verrons que ces deux vins peuvent s'avérer être de véritables leviers de compétitivité et de développement territorial dans le cadre de la mondialisation. La difficile conciliation de la compétitivité et du développement territorial dans le monde du vin de Porto par rapport au modèle champenois sera abordée dans un dernier temps de l'analyse.

2. Les vins de Porto et de Champagne : territoires, acteurs et modèles d'organisation

2.1. Porto – Champagne : deux vins façonnant des territoires à différentes échelles

Derrière ces deux noms de vins se trouvent tout d'abord des territoires qui ont été façonnés à différentes échelles par les divers acteurs produisant ces vins et par les revenus induits par ces vins à forte valeur ajoutée.

¹ Le 29 mai 2012, au Palais du Tau à Reims, la candidature des *Coteaux, Maisons et Caves de Champagne* au patrimoine mondial de l'UNESCO a reçu le soutien de nombreux acteurs issus du monde politique, économique, universitaire et médiatique. Le géographe français Jean-Robert Pitte, en sa qualité de Président de l'Académie du Vin de France et de membre de l'Institut (Académie des Sciences morales et politiques), a apporté son soutien à cette candidature lors d'une intervention où il a notamment rappelé toute l'importance d'introduire auprès de l'UNESCO les acteurs et les paysages de ce vin prestigieux qui a petit à petit franchi les barrières sociales.

À l'échelle du vignoble champenois (Fig. 2) et du vignoble de la vallée du Douro dont sont issus les raisins destinés à l'élaboration du vin de Porto (Fig. 1), différents aménagements destinés à la production viti-vinicole ont tout d'abord façonné des paysages de la vigne sur plus de 30 000 hectares dans chacun des deux vignobles : création de sols et de différentes générations de terrasses afin de permettre la culture de la vigne au sein d'une vallée du Douro fortement escarpée et schisteuse (Photo 1), aménagement de *quintas* puis de chais lorsque la loi portugaise les autorisa au sein de cette même vallée, création de paysages de coteaux sur sous-sol calcaire en Champagne qui présentent l'avantage de procurer à la vigne une irrigation naturelle constante (Photo 2).



Photo 1 – Paysage de vignes en terrasses au niveau de la *Quinta das Carvalhas* (propriété de la *Real Companhia Velha*, Pinhão). Cliché : Philippe Baumert, février 2014.

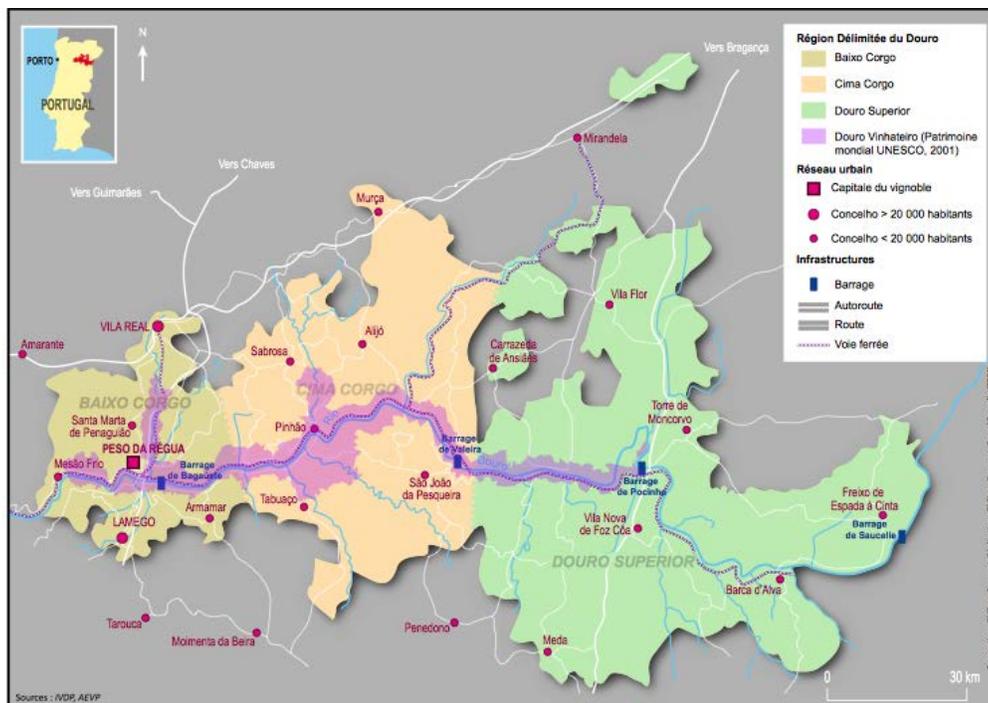


Fig. 1 – Le vignoble du vin de Porto situé au cœur de la vallée du Douro.



Photo 2 – Paysage du vignoble champenois : parcelles de vignes appartenant à la Maison Canard Duchêne (Ludes). Cliché : Catalin Turlica, avril 2014.

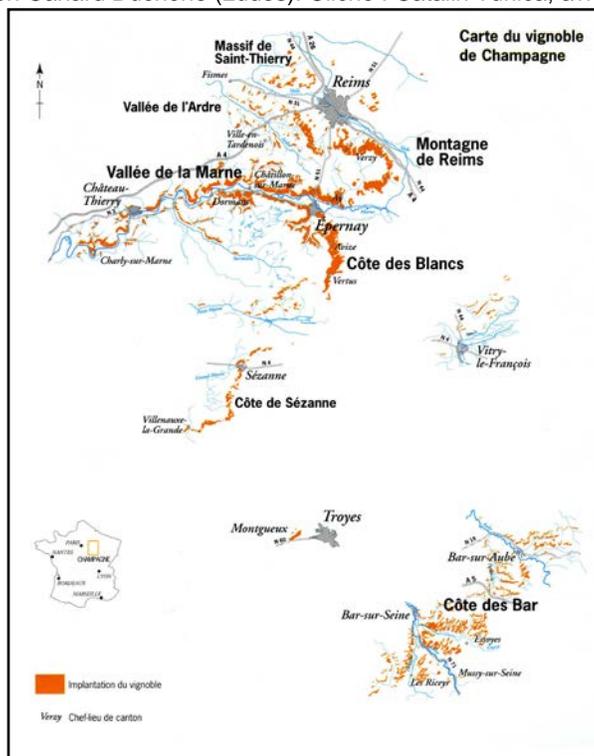


Fig. 2 – Le vignoble du vin de Champagne.
© Comité Champagne – France

Au-delà des vignobles, les vins de Porto et de Champagne ont également façonné les villes ayant joué un grand rôle dans leur commerce (Porto, Reims, Épernay), tout comme d'ailleurs ces organismes urbains ont façonné ces vins en retour. La présence des caves et des sièges sociaux de Moët & Chandon et de Mercier à Épernay, ceux de Pommery à Reims, l'illustrent dans le cas champenois tout comme d'ailleurs la mise en place de tout un paysage industriel (usines d'embouteillages par exemple) que l'on redécouvre aujourd'hui à la faveur d'un engouement pour le patrimoine dans toute sa diversité après l'avoir déconsidéré au 19^e siècle. Le fait est peut-être encore plus net pour la ville de Porto : Porto, une grande ville, un grand vin. Ce fait est assez original pour être souligné car, en dehors de sa voisine bordelaise et de la ville espagnole de Málaga, les grands vins ne portent que rarement le nom de villes de

cette dimension². Cette géographie contemporaine reflète toute l'influence qu'a exercée la capitale du Nord du Portugal dans le contrôle de ce vin dont les vignobles nécessaires à sa production se situent dans l'aire délimitée de la vallée du Douro qui débute à une centaine de kilomètres à l'Est de l'agglomération portuense. Porto n'est donc pas, à la différence de Reims ou d'Épernay, une métropole au milieu de ses vignes. Mais, si la ville ne produit pas de vins, son port constitue bien le débouché des vins de la vallée du Douro et plus particulièrement du célèbre vin de Porto. Le vin de Porto a ainsi marqué, et continue encore de marquer, sa ville éponyme à différentes échelles. Pour en saisir certains éléments à l'échelle urbaine, il faut s'arrêter sur le pont D. Luís I construit par les architectes Théophile Seyrig et Léopold Valentin entre 1881 et 1886. Du haut de ce pont on embrasse du regard non seulement la *Ribeira*, où se situe la *Maison des Porto...s – Vinologia* (Photos 3 et 4), mais aussi les chais de Vila Nova de Gaia (Photo 5) devenus aujourd'hui bien touristiques comme en témoignent la présence des bateaux *rabelos* jonchés de tonneaux au pied de l'*Espaço Porto Cruz* (Photo 6) ou encore celle d'un téléphérique assurant l'intermodalité avec le récent métro de Porto permettant aux touristes de rejoindre le cœur touristique du monde du vin de Porto. Au-delà de ce qui s'offre au regard, il y a également une intense relation, déjà montrée par François Guichard, entre le vin et le développement de la ville d'un point de vue géohistorique. La ville de Porto a en effet été très tôt liée au développement du commerce du vin et ce dernier a amplement façonné l'espace urbain. Les taxes générèrent notamment du financement pour les travaux urbains comme l'élargissement des rues, le réseau d'assainissement, la construction de l'Université de Porto ou encore de la *Praça dos Leões*. La ville de Porto fut par ailleurs cosmopolite assez rapidement du fait des migrations engendrées par le commerce de son vin et la diversité des styles architecturaux en témoigne amplement.



Photos 3 et 4 – La *Maison des Porto...s – Vinologia*³. Clichés : © La Maison des Porto...s – Vinologia.

² En 2014, la population du Grand Porto atteint 1.7 million d'habitants.

³ Située dans la zone historique de Porto, dans le quartier de la *Ribeira*, à 500 mètres du pont D. Luís I, la *Maison des Porto...s* offre plus de 200 vins de Porto de terroir à la dégustation issus principalement de petits producteurs indépendants. Créé en 2000 par le français Jean-Philippe Duhard, ce lieu est également une cave à vin et une école de dégustation.



Photos 5 et 6 – Les caves des grandes maisons de vin de Porto et l'Espaço Porto Cruz (Vila Nova de Gaia).
Clichés : Philippe Baumert, mars 2014.

2.2- Le poids du marché dans l'émergence des grands vins de Porto et de Champagne

Comme en bordelais, l'initiative anglaise a été déterminante afin de faire émerger les territoires de ce qui allait devenir par la suite ce grand vin de qualité que constitue le vin de Porto. C'est en effet surtout sous l'impulsion des marchands anglais⁴ – dans une moindre mesure des marchands hollandais et hanséatiques –, qui vinrent s'installer à Porto dans la seconde moitié du XVII^e siècle et découvrirent la région vinicole du Douro, que la bourgeoisie portugaise commença à s'intéresser au vignoble du Douro et que ce dernier prit son essor. Les Anglais arrivèrent à Porto à cette période pour deux raisons principales. La première est commerciale et tient à leur volonté de conserver le rôle de *primus inter pares* qu'ils détenaient en matière de maîtrise des échanges internationaux, d'où la mise en place d'une stratégie visant à organiser la redistribution européenne des produits en provenance du Nouveau Monde à partir des principaux ports portugais dans le contexte de la renaissance d'un empire portugais indépendant de l'Espagne à partir de 1640 qui ne leur permettait plus d'intervenir en territoire brésilien. Cette stratégie présentait en outre l'avantage d'assurer des débouchés pour leurs produits manufacturés auprès des consommateurs portugais et brésiliens à une période où le vent du protectionnisme soufflait sur l'Europe⁵ tout en commençant à exploiter les potentialités du commerce du vin portugais. La seconde de ces raisons est géopolitique et tient à la volonté anglaise de sécuriser l'approvisionnement en vin des Îles Britanniques dans le contexte des conflits larvés entre la France et l'Angleterre marquant la fin du règne de Louis XIV (guerre de la Ligue d'Augsbourg, guerre de Succession d'Espagne⁶) qui aboutirent à ériger le vin en véritable arme commerciale. Le traité de Methuen de 1703, qui favorisa grandement les

⁴ L'association des négociants anglais de Porto – la *Feitoria* –, créée en 1654, commence à exporter des vins de Porto dès 1678.

⁵ La mise en place du premier tarif Colbert date de 1664.

⁶ Lors de la guerre de Succession d'Espagne, le vin de Porto devint le principal vin consommé par les Anglais, ces derniers étant privés à la fois du Clairet Bordelais et du Jerez. Les historiens du vignoble du Douro et le géographe François Guichard ont bien montré les impacts territoriaux d'une telle évolution, mentionnant que de 1688 à 1713 les exportations furent multipliées par vingt ce qui amena le *Baixo Corgo* à virer à la monoculture de la vigne et le *Cima Corgo* à voir progresser la vigne jusqu'à São João da Pesqueira.

exportations de vin de Porto⁷ à destination de l'Angleterre en échange d'accords sur le textile qui arrangeaient le Portugal, n'est en effet que la réponse britannique aux obstacles mis en place par le Royaume de France afin que l'Angleterre cesse d'être le client privilégié du claret bordelais. On voit par là en quoi le rôle des marchands est fondamental et l'on peut ainsi considérer que ce sont ces derniers qui ont véritablement permis l'émergence d'un vin de Porto de qualité, beaucoup plus que le terroir agro-physique : « *Si n'êtes en lieu pour vendre votre vin, que feriez-vous d'un grand vignoble ?* » (Serres, 1600).

Il faut également relativiser le rôle des facteurs naturels dans l'émergence de grands vins de qualité en Champagne et mettre en avant, à la suite de Roger Dion, les facteurs économiques et socio-culturels, le négoce sur le terroir entendu dans son sens agro-physique. Pour Roger Dion, l'émergence d'un vignoble de qualité en Champagne devrait en effet surtout à sa situation géographique de Reims sur la route commerciale des vins de Beaune en direction de l'Europe du Nord, ce qui aurait incité les vigneron champenois à imiter les prestigieux vins de Beaune pour exporter eux aussi en direction de ce marché septentrional. Un second facteur explicatif résiderait dans le rôle joué par l'aristocratie mais aussi par les évêques et archevêques de Reims et de Chalons qui auraient favorisé au Moyen-Âge l'amélioration des techniques et participé à la construction d'une image de qualité pour ces *vins de France* qui ne furent désignés sous l'expression *vin de Champagne* qu'à partir du début du 17^e siècle suite au déclin des prestigieux vignobles situés autour de Paris alors également désignés comme étant des *vins de France*.

2.3- Deux vins de terroirs, entre vignoble et négoce

Au-delà des représentations qui associent ces deux vins à des symboles de luxe et à des boissons festives de grande qualité, il faut rappeler que les vins de Porto et de Champagne sont également des vins de terroir et, plus précisément, dans la plupart des cas, des vins d'assemblages de terroirs différents. Cette pratique de l'assemblage est relativement ancienne : en Champagne, Dom Pérignon (1639-1715) le pratiquait déjà tandis que celui-ci se pratiquait également au sein de la vallée du Douro du temps du marquis de Pombal (1699-1782). Dans les deux vignobles, les acteurs insistent sur le fait que l'assemblage entre différents vins permet, d'une part, de parvenir grâce au travail de l'œnologue à une qualité optimale régulière qui rassure le consommateur et, d'autre part, de produire des vins de meilleure qualité que si l'assemblage n'avait pas eu lieu du fait d'une certaine forme d'harmonisation entre les terroirs entendus au sens agro-physique du terme, les cépages et les années.

Plus que des vins de terroirs au sens agro-physique du terme, les vins de Porto et de Champagne apparaissent cependant bien être des vins de terroirs au sens où l'entendent la plupart des géographes et que l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) définit désormais comme des vins issus d'un

⁷ Ce traité garantissait que les droits frappant les vins portugais à leur arrivée dans les ports anglais ne devaient pas dépasser les deux tiers de ceux payés par les vins français.

« espace sur lequel se développe un savoir collectif des interactions entre un milieu physique et biologique identifiable et les pratiques vitivinicoles appliquées, qui confèrent des caractéristiques distinctives aux produits originaires de cet espace »⁸. La Région Dénombrée du Douro (RDD), créée dès 1756 par le marquis de Pombal, est en effet la première région viticole délimitée au monde ayant fait l'objet d'une réglementation⁹ et le vin de Porto, depuis le *Decreto-Lei n°254* du 11 août 1998, est une *Denominação de Origem Controlada* (DOC), ce qui souligne toute l'importance du milieu physique de la RDD et du savoir-faire bien spécifique développé par les acteurs de la filière dans l'élaboration de ce produit de qualité. En ce qui concerne les vins de Champagne, les prémices d'une caractérisation juridique de leur appellation et de la délimitation de leur aire de production apparaissent plus précocement dans un arrêt de la cour d'appel de Paris du 18 novembre 1892 qui précise qu' « il est acquis désormais qu'on ne saurait considérer la désignation des vins de Champagne comme s'appliquant à tous les vins mousseux en général, que le mot champagne en effet est indicatif du lieu de production et du lieu de fabrication de certains vins connus sous cette qualification et non d'autres ; que les vins de Champagne (...) tiennent à la fois du sol et du mode de manutention qu'ils ont subis ». L'aire de production de l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) *Champagne* apparaît près d'un demi-siècle plus tard, en 1936, délimitant juridiquement quelques 34 000 hectares. Ce vignoble est actuellement en pleine extension, gagnant sur les terres jadis abandonnées après la crise phylloxérique. Depuis 2008, le vignoble a progressé de 626 hectares pour atteindre, en 2013, une superficie de 33 572 hectares, soit quasiment la superficie de l'aire de production. Ce type de progression se retrouve également au sein de la RDD où les superficies des parcelles classées aptes à produire du vin de Porto dans le cadre du système du *beneficio*¹⁰ ont augmenté de 532 hectares pour atteindre 31 699 hectares en 2013. Contrairement à son homologue champenois, ce vignoble peut encore s'étendre, les superficies en vignes ne représentant que 15% de l'aire délimitée.

Les modèles d'organisation du Porto et du Champagne se ressemblent enfin également par leur gestion, entre vignoble et négoce. L'organe de coordination entre les deux familles d'acteurs, vigneron et négociants, est un conseil interprofessionnel mis en place dès 1941 pour le Champagne alors que celui régissant les vins d'appellation *Porto* ainsi que les autres vins de la vallée du Douro ne date que de 1995, voire de 2003 dans sa version contemporaine issue de la réforme institutionnelle du secteur. Ces deux

⁸ Congrès annuel de l'OIV, Tbilisi (Géorgie), 2010.

⁹ Si la région viticole du Douro est bien la première région viticole au monde à connaître une réglementation, elle n'est néanmoins pas la première région viticole à avoir fait l'objet d'une délimitation : le vignoble de Chianti (Italie) et le vignoble de Tokaj (Autriche-Hongrie) ont en effet l'antériorité en la matière, ayant été respectivement délimités en 1716 et 1737. Ces derniers vignobles n'ont néanmoins pas fait l'objet dès leur délimitation de la mise en place des deux autres piliers qui sont aujourd'hui à la base des appellations d'origines : la mise en place, d'une part, d'un organisme de réglementation et, d'autre part, d'un organisme de surveillance.

¹⁰ Le système du *beneficio* détermine chaque année la quantité de moût à viner pour l'élaboration du vin de Porto. Cette dernière dépend de trois facteurs : la quantité de vin de Porto commercialisée dans l'année en cours, la projection de commercialisation pour l'année suivante et les stocks existant. La répartition par parcelle est effectuée en fonction d'un système de ponctuation basé sur des critères relatifs au sol, au climat et aux conditions culturelles.

organisations sont respectivement chargées de gérer, protéger et valoriser les appellations *Champagne* et *Porto* ainsi que leurs paysages dans le cadre d'un marché de plus en plus concurrentiel.

	Vignoble Champenois	Vignoble de la vallée du Douro destiné au vin de Porto
Superficie du vignoble en 2008 (en hectares)	32 946	31 167
Superficie du vignoble en 2013 (en hectares)	33 572	31 699
Évolution de la superficie du vignoble entre 2008 et 2013 (en pourcentage)	1.9	1.7
Superficie du vignoble par rapport à l'aire délimitée (en pourcentage)	99	15

Tableau 1 – Deux vignobles en expansion. Sources : CIVC, IVDP.

3. Les vins de Porto et de Champagne, leviers de compétitivité et de développement territorial dans le cadre de la mondialisation ?

3.1- Des leviers de la compétitivité économique et agroalimentaire

Le terme de *compétitivité* est devenu omniprésent dans le discours public des sociétés et le contexte de crise ne l'a en aucun cas éludé. Autrefois réservé aux entreprises, ce terme a été repris par les politiques qui l'appliquent désormais à différents types de territoires (État-Nation, Région, Agglomération...) dans le cadre d'une mondialisation qui sélectionne et hiérarchise plus ces derniers qu'elle ne les uniformise. L'injonction à la performance façonnant de plus en plus en ce début de 21^e siècle la conception de l'aménagement des territoires et les politiques économiques, la compétitivité territoriale constitue de fait un nouveau champ d'étude pour les géographes (Ardinat, 2013). Dans la lignée de ce courant de pensée, notre objectif est de démontrer que le Porto et le Champagne peuvent être analysés comme des vins au service de la compétitivité économique et agroalimentaire.

Leader dans le secteur des vins et spiritueux français, le Champagne contribue de manière déterminante à la vitalité de l'économie française et à son image compétitive dans le secteur agroalimentaire : avec 136.8 millions de bouteilles exportées en 2013 pour un chiffre d'affaire de 4.4 milliards d'euros, le Champagne¹¹ est en effet le premier acteur de la filière des vins et spiritueux français à l'export et contribue de manière importante à l'excédent de la balance agroalimentaire française qui,

¹¹ Soulignons que cette belle performance à l'export est avant tout le fait des maisons de Champagne qui comptent pour 86% des exportations contre 14% pour les vignerons et les coopératives. Ces chiffres contrastent fortement avec ceux du marché national où les maisons de Champagne n'effectuent plus que 55% des ventes contre 45% pour les vignerons et les coopératives.

rappelons-le, serait négative en excluant ce secteur des vins et spiritueux. Le vin de Porto joue également un rôle important dans les exportations de la filière agroalimentaire au Portugal : 91.3 millions de bouteilles exportées en 2013 pour un chiffre d'affaire de 313.3 millions d'euros, ce qui ne suffit toutefois pas à faire basculer la balance agroalimentaire portugaise du côté positif. L'analyse de la carte des exportations de vin de Porto permet néanmoins de mettre en évidence que la marge de progression est importante en la matière : en effet, les véritables « poids lourds » de la consommation de vin de Porto sont l'Europe occidentale et l'Amérique du Nord, les cinq principaux marchés européens regroupant un peu plus de 70% de la commercialisation de ce vin généreux en valeur et près de 80% en volume¹². C'est là une différence majeure avec les vins de Champagne dont les grands groupes ont investi la sphère mondiale et notamment les marchés asiatiques et latino-américains comme l'attestent par exemple les filiales et domaines de production de vins pétillants et champagnes du groupe LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy). Dans un avenir proche, le vignoble ayant quasiment recouvert la surface délimitée par l'AOC de 1936, les acteurs de la filière Champagne devront néanmoins se montrer innovants du fait de la forte demande afin de se protéger de la concurrence d'autres types de vins effervescents, voire des contrefaçons. L'inscription probable, du moins espérée, des *Coteaux, Maisons et Caves de Champagne* (soit l'intégralité de l'appellation Champagne) sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO en tant que paysage culturel – candidature actuellement en cours¹³ – devrait sans doute œuvrer en ce sens.

	Vin de Porto	Vin de Champagne
Nombre de bouteilles exportées en 2013 (en millions)	91.3	136.8
Chiffre d'affaire en 2013 (en millions d'euros)	313.3	4 400

Tableau 2 – Les exportations de vin de Porto et de vin de Champagne : aspects économiques. Sources : CIVC, IVDP.

3.2- Le vin dans la promotion et l'attractivité des territoires : un contexte favorable

La seconde moitié du 20^e siècle est caractérisée par la mondialisation du commerce du vin avec notamment l'essor des vignobles du « nouveau monde viticole » et la multiplication des passionnés du

¹² En 2013, les cinq premiers marchés du vin de Porto en valeur, regroupant 70.5% des ventes du secteur (365 millions d'euros), étaient la France, le Portugal, le Royaume-Uni, les Pays-Bas et la Belgique. En excluant le Portugal de ce classement, on arrive à un chiffre de 55.7%, ce qui est considérable. Cette même année, les cinq premiers marchés du vin de Porto en volume, regroupant 78.8% des volumes commercialisés (785 947 hectolitres), étaient la France, les Pays-Bas, le Portugal, le Royaume-Uni et la Belgique.

¹³ Le gouvernement Français a retenu, le 13 janvier 2014, la candidature du dossier champenois au patrimoine mondial de l'UNESCO. Il s'agit de l'ultime étape avant la sélection par le comité UNESCO. Les climats du vignoble de Bourgogne ont également été retenus.

vin, séduits par l'idée bucolique de sa production et le style de vie qu'elle engendre. Depuis quelques décennies, les consommateurs boivent par ailleurs de moins en moins de vin mais le boivent de mieux en mieux et apprécient de plus en plus les productions de qualité. Si la consommation mondiale en vin a ainsi montré une tendance à la baisse depuis le début des années 1970¹⁴, cette dernière semble néanmoins repartie à la hausse depuis le début du 21^e siècle (238.7 millions d'hectolitres en 2013 contre 219.4 millions d'hectolitres en 2000) dans le contexte d'une certaine forme de mondialisation de la consommation du vin. Cette évolution de la consommation en vin est un véritable enjeu pour la France et le Portugal dans l'environnement concurrentiel de la mondialisation et l'image de prestige associée aux grands vins de Porto et de Champagne apparaît comme un véritable atout à l'export pour les balances agroalimentaires des deux pays. Au-delà de ces aspects économiques analysés à petite échelle, la promotion des territoires de production à grande échelle est également un enjeu fondamental : le vin apparaît ainsi comme un véritable levier de développement territorial.

Le développement territorial est issu de la notion de développement local qui désigne un processus de construction et de réalisation d'un projet de développement autocentré et endogène au niveau local. Ce concept renvoie à un processus de construction sociale du territoire appréhendé dans une dimension multi-scalaire qui passe par une mise en réseaux d'acteurs agissant sur les territoires dans le cadre d'une nouvelle forme de gouvernance prenant en compte les intérêts locaux. Apparue en France dans les années 1980 dans le contexte de la décentralisation, il se généralise dans les années 1990 avec la Loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement du Territoire du 4 février 1995 (LOADT) qui fait notamment émerger la notion de « pays » et se pérennise dans le droit français en 2005 avec le décret créant une Délégation Interministérielle à l'Aménagement et à la Compétitivité des Territoires (DIACT)¹⁵ qui se substitue à la Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale (DATAR) créée en 1963. Cette nouvelle manière de penser le développement des territoires se répand au Portugal, pays marqué par une grande bureaucratie et une forte centralisation, lorsque l'Union Européenne décide de faire la part belle au local dans les nouvelles politiques d'aménagement du territoire au début des années 2000 (Alvergne, Taulelle, 2002). Dans le monde viti-vinicole du Porto, un contexte favorable au développement territorial apparaît néanmoins dès la seconde moitié des années 1980 suite à deux décisions fondamentales : la fin du monopole de vieillissement du Porto à Vila Nova de Gaia (1979) et l'autorisation de commercialiser et d'exporter ce vin à partir des lieux de production (1986). En filigrane de ces deux décisions, il faut voir tout un champ des possibles qui s'ouvre en terme de développement

¹⁴ Cette consommation, qui était de 280 millions d'hectolitres du début des années 1970 au milieu des années 1980, ne cesse ensuite de diminuer jusqu'au début du 21^e siècle, connaissant un étiage marqué se situant à 215 millions d'hectolitres en 1994.

¹⁵ Le 9 décembre 2009, un nouveau décret a transformé la DIACT en DATAR, certes avec un sens légèrement renouvelé par rapport à la DATAR de 1963 puisque la Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale du début des années 1960 devient la Délégation Interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale. On en revient ainsi à l'aménagement du territoire (et non plus des territoires) et la compétitivité territoriale laisse à nouveau la place à l'action régionale en temps de crise.

territorial à travers le maintien de certains capitaux dans la région et la possibilité de développer l'œnotourisme. L'inscription du vignoble du Douro au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2001 ne fait que renforcer ce contexte propice au développement territorial.

3.3- Le vin, outil de développement territorial à travers la mise en valeur touristique des vignobles : l'œnotourisme associé aux vins de Porto et de Champagne

L'œnotourisme renvoie à une forme de tourisme dont les acteurs, les pratiques et les espaces sont intimement liés au monde de la vigne et du vin : on le définira comme une forme de tourisme reposant sur la découverte des régions viti-vinicoles et de leurs productions se traduisant par la visite des vignobles, des exploitations viticoles et des caves. Les deux régions viti-vinicoles considérées disposent *a priori* aujourd'hui de belles perspectives en la matière pour plusieurs raisons : en Champagne, c'est avant tout la proximité géographique de Paris, dont l'accessibilité rapide depuis Reims a été renforcée par la mise en place du TGV Est en 2007 ainsi que le rôle central des grandes maisons de négoce qui ont développé l'œnotourisme, certes davantage à Épernay (Photos 7, 8 et 9) et à Reims que dans le vignoble, que nous pouvons mettre évidence ; pour l'agglomération portuense et la vallée du Douro, c'est le développement de lignes aériennes *low cost* à destination de Porto, l'amélioration de la desserte ferroviaire de la vallée du Douro depuis Porto et surtout la fin du monopole de « l'Entrepôt de Gaia », l'autorisation de la commercialisation et de l'exportation du vin de Porto à partir de la région délimitée ainsi que l'inscription de la vallée au patrimoine mondial de l'UNESCO. Pour autant, la mise en tourisme de ces vignobles et des villes qui leur sont liées résulte de différentes stratégies et les débuts de l'œnotourisme, dans les années 1950, se sont réalisés dans un contexte bien différent de l'actuel : en Champagne, on assiste à la mise en place d'une *Route du Champagne* dès le 26 septembre 1953 par le Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC) et l'œnotourisme y est impulsé et financé par les grandes maisons de négoce à destination de leurs principaux clients dans le cadre d'une politique de prestige et de fidélisation commerciale ; la visite des caves à Vila Nova de Gaia s'inscrit quant à elle à la fois dans une logique de promotion des caves mais aussi dans une logique de complémentarité de la visite de la ville de Porto en y ajoutant une nouvelle dimension culturelle. Pour la vallée du Douro, il faut en revanche attendre les années 1990 pour que de grandes maisons de Porto développent une certaine forme d'offre œnotouristique à travers la visite de leurs *quintas* à destination de leurs principaux clients : la maison Ramos Pinto ouvre ainsi par exemple la *Quinta Ervamoira (Douro Supérieur)* au public en 1997. La dynamique impulsée au départ par les grandes maisons de Champagne et de Porto dans le cadre de leur stratégie de communication profite aujourd'hui aux producteurs qui développent les ventes directes à l'exploitation ainsi que les chambres d'hôtes. Sur la liste des chambres d'hôtes mentionnées par l'office de tourisme d'Épernay, près de la moitié est ainsi tenue par des vigneron (Marcilhac, 2012). Par ailleurs, si 32 maisons de Champagne et 21 coopératives proposent en 2014 des visites de caves et des dégustations, 375 vigneron proposent également de tels types de parcours œnotouristiques (CIVC,

2014). Au sein de la vallée du Douro, l'œnotourisme connaît également une forte progression et de plus en plus de *quintas* commencent à ouvrir leurs portes aux touristes : la *Quinta do Tedo* a ainsi ouvert en 2011 son domaine aux touristes et propose, en complément des visites des chais et du domaine, des chambres et des appartements aux alentours de 100 euros la nuitée (Photos 10, 11, 12, 13 et 14).



Photos 7, 8 et 9 – L'œnotourisme au sein de la maison de Champagne Moët & Chandon (Épernay) détenue par le groupe de luxe LVMH. De gauche à droite : mise en valeur du Champagne Moët & Chandon *Brut Impérial* au sein de la salle de dégustation, service du Champagne Moët & Chandon *Brut Impérial* et *Rosé* à l'issue de la visite de la cave, flûtes de Champagne Moët & Chandon *Brut Impérial* et *Rosé*. Clichés : Ina Danova, 2011.



Photos 10, 11, 12, 13 et 14 – L'œnotourisme au sein de la *Quinta do Tedo* (Folgosa). De gauche à droite, de haut en bas : clichés de la *Quinta do Tedo*, du Rio Tedo et des vignobles, du nouveau bâtiment destiné à héberger les touristes et de la salle de dégustation avec ses bouteilles de Porto. Clichés : Philippe Baumert, février 2014.

Si l'œnotourisme dans les deux vignobles, ou tout au moins dans les villes qui leur sont liées, peut ainsi être considéré comme une pratique assez ancienne, la mise en tourisme du vignoble de la vallée du Douro dans sa version contemporaine, impliquant à la fois les acteurs institutionnels et les professionnels du tourisme tout en s'inscrivant dans une prise de conscience régionale et nationale du potentiel

œnotouristique des vignobles, est en revanche relativement récente en ce sens qu'elle ne date que de la fin du 20^e siècle. Au Portugal, il faut en effet attendre la seconde moitié des années 1990 pour que les premières routes du vin se mettent en place et janvier 2006 pour que l'œnotourisme soit intégré dans le plan stratégique national du tourisme, l'activité apparaissant dès lors comme une des solutions de complémentarité pour les régions agricoles et viticoles ainsi que comme une pratique permettant d'améliorer les revenus liés au tourisme. Avant cette période, qui voit l'activité s'institutionnaliser et les fonds européens aider à son développement, l'activité n'était pas considérée comme prioritaire et ne faisait pas l'objet d'une réflexion portant sur le développement territorial.

La mise en place de la *Route du vin de Porto* (RVP), inaugurée le 21 septembre 1996 à Peso da Régua par l'*Institut du Vin de Porto* et la *Casa do Douro*, est un bon exemple de ce changement des mentalités visant à faire du vin un véritable outil de développement territorial à travers la mise en valeur touristique des vignobles. L'organisation juridique de cette route est encore aujourd'hui unique dans le contexte portugais : alors que toutes les routes du vin au Portugal sont gérées par les mairies ou l'organisation interprofessionnelle, la RVP est une route portée par des acteurs privés. Depuis 1998, l'*Association des Adhérents de la Route du vin de Porto* gère en effet cette dernière qui reste toutefois la propriété de l'Institut des Vins du Douro et de Porto (IVDP). Cette gestion s'effectue en collaboration, à partir de 2006, avec les municipalités, l'IVDP et l'Office du Tourisme du Douro. En 2013, cette dernière entité est remplacée par l'office de tourisme de la région Nord du Portugal qui regroupe les zones touristiques de Porto, Minho, Douro et Trás-os-Montes. La route compte également des membres privés et quelques coopératives. À l'origine, 54 sites et acteurs liés à la culture viti-vinicole de la Région du Douro (*quintas* de vigneron, de vigneron-embouteilleurs ou de négociants en vin de Porto, caves coopératives, musées, œnothèques) furent sélectionnés afin de répondre aux objectifs généraux de la RVP. Ces objectifs consistaient à promouvoir, autour de circuits bien délimités, le vin de Porto en l'associant à une série de propriétés viticoles et de caves, à des paysages remarquables, à des lieux historiques, gastronomiques ou encore à des musées et des fêtes locales, autrement dit à un ensemble d'éléments associés au produit et destinés autant à en faire sa promotion qu'à promouvoir ces dits éléments dans une optique de mise en place d'un développement intégré des différentes activités de la vallée du Douro. Cette multiplicité des objectifs explique que l'inauguration de la RVP se soit réalisée non seulement en présence du Premier Ministre portugais et des Ministres de l'Economie, du Tourisme et de la Culture mais aussi de nombreuses associations ou organismes locaux et régionaux comme l'Association des viticulteurs-embouteilleurs des vins de Porto et du Douro (AVEPOD) ou encore l'Association pour le développement de la viticulture du Douro (ADVID), ce qui tend à souligner toute l'importance, à différentes échelles, de cette route pour le Portugal. Cette route est en effet un itinéraire touristique sur lequel les différents acteurs comptent beaucoup en terme socio-économique, l'œnotourisme apportant à la fois des compléments au revenu touristique national mais aussi aux acteurs

locaux et régionaux de la vallée du Douro¹⁶. Par ailleurs, elle s'inscrit également dans la double volonté d'affirmer un rôle trop souvent minoré de la vallée du Douro dans l'élaboration du vin de Porto mais aussi de renforcer les liens entre la ville de Porto, les maisons de négoce de Vila Nova de Gaia et le vignoble de la vallée du Douro. Enfin, sa mise en place est contemporaine du processus de régionalisation au Portugal suscité par l'instauration de la politique de cohésion visant à corriger les déséquilibres régionaux au sein de l'Union Européenne : cette action d'aménagement des territoires s'inscrivait donc aussi dans la volonté de faire de la vallée du Douro une région à part entière avec son histoire, ses traditions, son environnement, son vignoble, ses hommes et bien entendu ses vins.

Malgré cet apparent dynamisme, l'œnotourisme lié aux vins de Porto et de Champagne présente également quelques faiblesses qui sont autant d'obstacles au développement territorial. En Champagne, c'est avant tout le manque d'unité du vignoble champenois, l'absence de véritables paysages caractéristiques (exception faite de la montagne de Reims) et son image « a-géographique » qui reviennent le plus souvent dans les discours aux côtés de la discontinuité administrative entre la Marne et l'Aube et de la faiblesse de la capacité d'accueil en hôtellerie-restauration d'Épernay. Au sein de la vallée du Douro, des conditions climatiques et des reliefs difficiles, le nombre limité de villes ayant un véritable cachet architectural (en dehors de Lamego et Vila Real) ainsi que l'effet tunnel lié au tourisme de croisière et aux hôtels de luxe appartenant à de grands groupes internationaux sont les principaux facteurs limitant aux côtés de la crise et d'un certain manque de gouvernance qu'illustre bien la RVP. Peu avant l'été 2012, la RVP a en effet été fermée. Si l'*Association des Adhérents de la Route du vin de Porto* existe encore aujourd'hui, l'activité de la route n'est cependant plus que bureaucratique dans l'optique de trouver des solutions pour une réouverture dans un futur proche. Les raisons des difficultés sont à la fois conjoncturelles et structurelles : retards de paiement de différents membres et diminution de la contribution financière de certaines mairies dans le contexte actuel de crise alors même que ces derniers acteurs sont des contributeurs essentiels pour permettre le bon fonctionnement de la route ; faiblesse de la fréquentation de la route par rapport à d'autres routes des vins européennes¹⁷ ; manque d'implication des différents acteurs ce qui ne favorise pas les innovations et la mise en place de nouvelles stratégies alors que la RVP en aurait bien besoin notamment en terme de « marquage territorial ». Par ailleurs, au-delà de ces difficultés, il faut souligner que la majorité des sites de la RVP reste encore concentrée au sein du *Baixo Corgo*, dans une moindre mesure au sein du *Cima Corgo* tandis que le *Douro Superior* ne comporte que quelques sites. Le bilan de la RVP après un peu plus d'une quinzaine d'années d'existence (1996-2012) plaide néanmoins en sa faveur : véritable acteur de la promotion de la vallée du Douro et de son identité par l'organisation d'expositions et de programmes de visites sur mesure, la route n'a cessé

¹⁶ Entre 2001, année de l'inscription du Haut-Douro viticole au patrimoine mondial de l'UNESCO, et 2011, le nombre de touristes a doublé, passant de 75 000 à 150 000.

¹⁷ La *Route des vins d'Alsace* accueille par exemple chaque année entre trois et quatre millions de visiteurs contre moins de 13 000 visiteurs pour la RVP (2008).

d'accueillir, au sein de son centre d'accueil situé à Peso da Régua, un nombre de visiteurs croissant¹⁸ et ses ventes (vins, souvenirs, ouvrages) ont montré une tendance générale à la hausse entre le début des années 2000 et l'année 2008.

4. La difficile conciliation de la compétitivité et du développement territorial dans le monde du vin de Porto par rapport au modèle champenois

4.1- Un contexte difficile pour la petite viticulture de la vallée du Douro face au monde du négoce : aspects géopolitiques du vin de Porto

Tous les beaux discours qui accompagnent le vin de Porto, que ce soient ceux portant sur sa qualité ou ceux sur son importance en tant que levier de compétitivité et de développement territorial, ne doivent néanmoins pas cacher les difficultés, tensions et conflits qui existent au sein de la filière. Une véritable géopolitique des vins de Porto se doit ainsi d'être dressée en quelques lignes afin de soulever les principaux points d'achoppement entre les acteurs. Si l'on part de l'idée que la géopolitique peut se définir comme l'étude des rivalités de pouvoirs sur du territoire (Lacoste, 2012), le territoire des rivalités est la RDD et la ressource qui fait l'objet des rivalités est le raisin qui sert à produire le vin de Porto. Quelques données statistiques suffisent à cerner les enjeux du conflit.

Les parcelles dont les raisins peuvent juridiquement être utilisés dans la production du vin de Porto rassemblent quelques 31 699 hectares en 2013 (IVDP), soit 72% des surfaces en vigne de la vallée du Douro. Au sein du Douro viticole, les 25 673 viticulteurs de la région possèdent en moyenne 1.7 hectare de vignes et ne disposent pas, pour la plupart, du capital humain, technique et financier pour s'investir dans la production de vin : la majorité d'entre eux vendent ainsi leurs raisins aux grandes maisons de négoce dans un contexte où les caves coopératives ne fonctionnent pas très bien pour la plupart. On a ainsi globalement un vignoble qui tient le foncier, des maisons de négoce très puissantes qui organisent le marché et, entre les deux, il y a un échange, celui de la matière première, le raisin. Or, les intérêts des deux acteurs sont différents : alors que les vignerons souhaitent obtenir le meilleur prix de vente de leurs raisins, les négociants souhaitent acheter les raisins au prix le plus attrayant possible afin de réaliser des bénéfices conséquents¹⁹. Dans un contexte où environ 85% des ventes de vin de Porto sont assurées par

¹⁸ Soulignons toutefois qu'entre les visiteurs de la RVP et les visiteurs des caves de vin de Porto situées à Vila Nova de Gaia, le rapport est environ de un à soixante : 12 294 visiteurs en 2008 pour la RVP contre 758 908 visiteurs en 2013 pour les caves de vins de Porto membres de l'Association des Exportateurs de vin de Porto (AEVP).

¹⁹ La nécessaire obligation de synthèse ne doit toutefois pas faire oublier la très grande diversité des situations : ainsi, par exemple, il existe également certains vignerons négociants qui assurent avec leur propre récolte la totalité de leur approvisionnement en raisin comme la maison *Ramos Pinto*. Par ailleurs, certains vignerons sont qualifiés de producteurs-embouteilleurs et réalisent l'ensemble de leur production à partir de raisins issus de leur *quinta*.

cinq grandes firmes²⁰, seule une organisation coopérative puissante ainsi qu'un syndicat des vignerons fort pourraient résister à la pression que ces grandes maisons de négoce exercent sur la fixation des prix des raisins mais aussi sur le rachat des parcelles viticoles, ce qui n'est actuellement pas le cas. En effet, contrairement à la Champagne, les coopératives ne sont pas organisées en réseaux et la majorité d'entre elles a de grandes difficultés financières. Par ailleurs, la *Casa do Douro* n'exerce plus aujourd'hui son rôle de régulateur de marché (rachat des surplus de vins produits pour les transformer en eau-de-vie, achat des vins non vendus aux maisons de négoce) depuis l'entrée du Portugal dans la Communauté Économique Européenne en 1986 (CEE, désormais Union Européenne) qui a mis fin à l'exercice des monopoles d'État. Le prix moyen du raisin acheté aux viticulteurs par les grandes maisons de négoce ne cesse ainsi de diminuer ces dernières années, ce qui est sans doute à mettre en relation avec l'augmentation du coût de l'eau-de-vie qui, rappelons-le, est nécessaire au mutage du vin de Porto²¹. Certains acteurs, à l'instar de la *Comunidade Intermunicipal do Douro* (CIMDOURO), souhaiteraient ainsi que les règles régissant la production du vin de Porto soient réorganisées en instaurant juridiquement l'obligation d'utiliser une eau-de-vie produite dans le Douro pour le mutage du vin de Porto²².

4.2- La question de l'origine de l'eau-de-vie destinée au mutage du vin de Porto en débat : une solution au problème ?

Dans le cadre d'un marché libéralisé, tout producteur peut aujourd'hui proposer à la chambre de dégustation de l'IVDP ses eaux-de-vie²³ dans l'optique d'obtenir une certification qui lui permettra, par la suite, de les proposer aux différents acteurs de la filière du vin de Porto (producteurs-embouteilleurs, négociants). L'approbation ou le refus de la certification de l'eau-de-vie se faisant à l'aveugle sur la base de critères qualitatifs, les eaux-de-vie certifiées par l'IVDP peuvent potentiellement provenir d'origines géographiques variées. Actuellement, le Portugal et l'Espagne sont les deux grands fournisseurs d'eaux-de-vie destinées au mutage, devant la France qui fut le grand fournisseur des années 1990.

La question de l'origine de l'eau-de-vie, particulièrement géographique mais aussi éminemment politique, fait actuellement l'objet de nombreux débats en raison de ses implications économiques et sociales, voire identitaires. Le discours des grandes firmes de vin de Porto est très clair à ce sujet : le choix d'une eau-de-vie s'inscrit dans le cadre de stratégies économiques visant avant tout à trouver la meilleure eau-de-vie possible au meilleur prix. Par conséquent, les eaux-de-vie de la vallée du Douro sont

²⁰ Symington Family Estates (*Graham's, Warre's, Dow's, Cockburn's, Smith Woodhouse, Quinta do Vesuvio, Gould Campbell, Quarles Harris, Martinez*), Sogrape Vinhos S.A. (*Ferreira, Offley, Sandeman*), Sogevinus Fines Wines S.A. (*Cálem, Burmester, Kopke, Barros, Gilberts*), Quinta and Vineyard Bottlers S.A. (*Taylor's, Fonseca, Croft*) et Gran Cruz Porto (*Porto Cruz, C. Da Silva*).

²¹ Le vin de Porto est un vin généreux obtenu par adjonction au moût d'une proportion d'eau-de-vie vinique : la proportion est d'environ 115 litres d'eau-de-vie pour produire 550 litres de vin de Porto.

²² En juillet 2012, la CIMDOURO a remis un rapport à l'IVDP intitulé « Réorganisation de la Région Délimitée du Douro ». Une grande partie de ce rapport aborde la question de l'origine de l'eau-de-vie destinée au mutage du Porto.

²³ La libéralisation de l'acquisition de l'eau-de-vie destinée à la vinification du vin de Porto date de 1991.

souvent délaissées par ces acteurs en raison de leurs prix élevés. À ce discours économique, il faut mettre en regard le discours social et identitaire porté par les acteurs de la CIMDOURO dont les propositions vont dans le sens d'un mutage du vin de Porto qui serait exclusivement réalisé à partir d'une eau-de-vie issue de la RDD. Les arguments identitaires portent surtout sur la pertinence d'une appellation *Porto* dont près du quart de la contenance proviendrait d'une eau-de-vie vinique produite à l'extérieur de la RDD tandis que les arguments sociaux des acteurs insistent sur les avantages financiers qu'une telle modification juridique pourrait apporter aux viticulteurs qui trouveraient dans le marché des raisins destinés à l'eau-de-vie un marché plus lucratif que celui des raisins destinés à l'élaboration du vin de Porto dont le prix moyen d'achat pas les grandes firmes n'a fait que diminuer ces dernières années. S'il n'est pas de notre propos de trancher le débat, on peut toutefois douter de l'avenir de la proposition des acteurs de la CIMDOURO concernant l'origine duriense de l'eau-de-vie destinée au mutage du vin de Porto, et ce pour plusieurs raisons qui découlent d'une part de la nature des arguments avancés et, d'autre part, des risques qu'une telle proposition engendrerait à différentes échelles.

D'un point de vue strictement œnologique, la question de l'origine de l'eau-de-vie vinique apparaît bien, selon les grandes firmes, comme un faux débat : les critères de certification de l'IVDP concernant l'eau-de-vie destinée au mutage insistent en effet sur la neutralité de cette dernière, ce qui par conséquent ne justifie en rien l'utilisation exclusive d'une eau-de-vie en provenance de la RDD si ce n'est pour des questions « d'identité du vin ». Là encore, sur ce dernier point, la comparaison avec le Champagne, où il n'y a aucun débat sur la question de l'origine de la liqueur de dosage, apparaît féconde : cette liqueur n'est en effet nullement élaborée à partir d'un sucre qui serait exclusivement issu de betteraves champenoises ou encore avec un moût exclusivement issu d'un vin champenois, ce qui ne remet pas pour autant en question ni les caractéristiques sensorielles du vin, ni son identité. Au-delà de ces aspects, il est surtout peu probable que le pouvoir politique donne suite à ce dossier, d'une part en raison des actions de lobbying des grandes firmes auxquelles s'exposerait alors le gouvernement qui se verrait en outre reprocher son caractère protectionniste et, d'autre part, en raison des risques qu'une telle décision engendrerait, tant à l'échelle nationale qu'à l'échelle régionale. Un tel choix réduirait en effet la quantité de vin de Porto produite chaque année, car la RDD ne serait pas en mesure de fournir autant d'eau-de-vie vinique que la quantité provenant actuellement des autres régions du Portugal ou de l'étranger. Or, le vin de Porto joue un grand rôle dans les exportations agroalimentaires portugaises et contribue donc à la vitalité économique du pays même si sa part dans les exportations du Portugal n'a globalement cessé de diminuer du 18^e siècle au début du 21^e siècle. Dans le contexte de crise actuel, on peut émettre l'hypothèse que le gouvernement portugais ne fera pas ce choix et ce d'autant plus que les impacts régionaux pourraient se révéler préjudiciables pour l'avenir viti-vinicole de la région. En effet, une telle décision reviendrait sans doute à fragiliser l'appellation *Douro* sur l'autel de la rentabilité économique alors que celle-ci paraît promise à un bel avenir si l'on en croit l'augmentation des ventes en quantité et en valeur sur le marché national et à l'exportation.

Au final, le débat portant sur la question de l'origine de l'eau-de-vie destinée au mutage du vin de Porto ne semble pas être en mesure d'apporter une réponse concrète au contexte difficile que connaît la petite viticulture de la vallée du Douro face au monde du négoce. Tout au plus peut-on considérer qu'une origine duriense de l'eau-de-vie pourrait être mise en avant par quelques maisons pour certains *vintage*²⁴ ou dans leur production par certains producteurs-embouteilleurs désireux de créer des vins de Porto exclusivement issus des terroirs de la vallée du Douro.

4.3- L'analyse du modèle champenois montre que la conciliation de la compétitivité et du développement territorial passe avant tout par l'organisation des acteurs

En Champagne, les tensions entre les vignerons et les négociants ont été par le passé, et sont parfois encore actuellement, très fortes du fait des intérêts divergents de ces deux familles sur des points et dans un contexte très similaires à ceux que l'on peut retrouver dans le vignoble de la vallée du Douro²⁵. Toutefois, au-delà des divergences de point de vue s'est constitué très tôt un intérêt commun qui a réuni les vignerons et les maisons de champagne autour de l'AOC. Cette dernière a en effet été co-construite par les deux familles d'acteurs dans une longue démarche qui s'étend des années 1880 à l'année 1936, soit au cours d'une période marquée par le phylloxéra et la Première Guerre mondiale, deux événements qui détruisirent la majeure partie du vignoble champenois. La mise en place du CIVC en 1941 permet d'instaurer par la suite la gestion des intérêts communs des vignerons et des négociants producteurs du vin de Champagne : c'est encore aujourd'hui le lieu par excellence de l'échange, de l'harmonisation et de la conciliation des deux familles. Au sein du CIVC, dont les actions principales sont de définir les modes de conduite de la vigne ainsi que les conditions de vente de la récolte et de gérer l'appellation *Champagne* et l'évolution de ventes, les représentants de l'Union des Maisons de Champagne (UMC) et du Syndicat Général des Vignerons (SGV) siègent à parité. Du fait de la co-présidence de l'interprofession du Champagne par les présidents de l'UMC et du SGV ainsi que de la règle de parité entre les deux parties, toute décision doit donc faire l'objet d'un compromis. Ce dialogue équilibré entre la production et le négoce apparaît comme une véritable force pour le vignoble champenois, à la fois source de compétitivité et de développement territorial pour la région. Au-delà de ce cadre juridique original, il faut souligner tout le dynamisme des vignerons champenois qui apparaissent très organisés face aux puissantes maisons de négoce afin de revendiquer leurs intérêts dans le cadre du CIVC. Cette organisation est relativement ancienne puisqu'elle date du début du 20^e siècle avec la constitution du Syndicat Général des Vignerons de la Champagne, chargé de la négociation des conditions de vente de

²⁴ On appelle *vintage* un Porto millésimé provenant d'une seule vendange d'excellente qualité dont la mise en bouteille s'effectue 2/3 années après la vendange. La chambre de dégustation de l'IVDP décide de l'attribution (ou non) de la dénomination lorsque les négociants ou producteurs-embouteilleurs soumettent un lot à évaluation.

²⁵ 90% des 34 000 hectares de l'AOC Champagne appartiennent à ce que l'on appelle le vignoble et 10% à des maisons de négoce. Ces chiffres peuvent quasiment être inversés en matière d'exportation : 86% des exportations mondiales sont réalisées par les grandes maisons de Champagne et 14% par le vignoble (sur le marché français, les maisons de Champagne comptent pour 55% et les vignerons et coopératives pour 45%).

la récolte dès 1904. Par la suite, ces vigneron ont développé ce que l'on appelle la manipulation, autrement dit l'élaboration et la vente directe de Champagne, au sein de caves coopératives. Certaines de ces caves sont aujourd'hui aussi puissantes que des grandes Maisons de Champagne : à titre d'exemple, la coopérative *Nicolas Feuillatte* a vendu en 2013 près de 10.5 millions de bouteilles pour un chiffre d'affaire de 210 millions d'euros, soit presque l'équivalent de la maison de Champagne *Louis Roederer* (220 millions d'euros) et plus que la maison *Taittinger* (124 millions d'euros).

Cette situation contraste avec la situation des vigneron de la vallée du Douro qui apparaissent très peu organisés par rapport à leurs homologues champenois. En 2014, les caves coopératives de la vallée du Douro sont en effet peu nombreuses et sont, pour la plupart d'entre-elles, dans des situations financières difficiles. Par ailleurs, la *Casa do Douro*, qui est l'équivalent du SGV, fait actuellement figure de coquille vide dans le cadre de la nouvelle organisation du secteur issue de l'entrée du Portugal dans la CEE (1986) : fortement endettée²⁶, elle n'est pas en mesure de s'occuper du suivi des viticulteurs ou de mettre en place de quelconques projets d'aides à ces derniers et l'inscription de la totalité des viticulteurs ne s'explique que par son caractère obligatoire et non pas par son efficacité. Enfin, le Conseil Interprofessionnel²⁷, qui est un organe de représentation paritaire représentant la production et le commerce chargé de gérer les appellations d'origine et l'indication géographique de la RDD, est relativement jeune comparée au CIVC (2003) et son degré de gouvernance n'atteint pas encore celui de sa voisine champenoise même si sa mission est elle aussi de veiller à la convergence des intérêts de la production et du commerce.

5. Conclusion

Au terme de cette analyse, force est de constater que les vins de Porto et de Champagne peuvent bien être considérés comme des leviers de compétitivité et de développement territorial dans le cadre de la mondialisation. Si la conciliation des deux visions est parfois difficile à réaliser pour les acteurs des filières viti-vinicoles en question, l'exemple du CIVC montre qu'une coopération entre la viticulture et le monde du négoce ne peut qu'être fructueuse. L'inscription du Haut-Douro viticole au patrimoine mondial de l'UNESCO ainsi que la candidature déposée par les *Coteaux, Maisons et Caves de Champagne* à ce même classement semblent néanmoins aller dans le sens d'une conciliation entre les deux visions : en effet, au-delà du statut de « *hauts-lieux* » du vin que de telles démarches confèrent à ces vignobles tant en terme de qualité des vins que de qualité des paysages, elles illustrent aussi la volonté d'inscrire le développement de ces vignobles dans la durée tout en opérant un certain retour au terroir. Or, la mise en place et la préservation des paysages de ces deux grands vignobles est avant tout le fruit du travail de

²⁶ D'une part en raison de la politique de rachat des vins non vendus aux maisons de négoce mais aussi, d'autre part, de la politique d'achat de parts de la *Real Companhia Velha*.

²⁷ Intégré à l'IVDP, il a remplacé en 2003 la Commission Interprofessionnelle de la RDD (CIRDD, 1995-2003).

viticulteurs et de vigneronns dont l'avenir se doit d'être assuré, y compris dans le contexte de compétitivité accrue ayant cours dans le cadre de la « *nouvelle planète des vins* » (Pitte, 2000).

6. Références bibliographiques et sitographie

ALVERGNE, C., TAULELLE, F. (2002). *Du local à l'Europe. Les nouvelles politiques d'aménagement du territoire*, PUF

ARDINAT, G. (2013). *Géographie de la compétitivité*, PUF

DION, R. (1959/2010). *Histoire de la vigne et du vin en France, des origines au XIX^e siècle*, CNRS

FRAMERY, D. (2010). *Le terroir du vin de Champagne : réalités naturelles ou représentations discriminantes entre vignoble et négoce*, dans Pitte J.-R. (dir.), *Le bon vin. Entre terroir, savoir-faire et savoir-boire*, CNRS, 247-257

GUICHARD, F. (1992). *Porto, la ville dans sa région. Contribution à l'étude de l'organisation de l'espace dans le Portugal du nord*, Fondation Calouste Gulbenkian & Centre culturel de Paris

GUICHARD, F., ROUDIE, P. (1985). *Vins, vigneronns et coopérateurs de Bordeaux et de Porto*, CNRS

LACOSTE, Y. (2012). *La géographie, la géopolitique et le raisonnement géographique*, dans *La géopolitique, des géopolitiques*, Hérodote n°146-147, La Découverte, 3-4

MARCILHAC, V. (2012). *Le luxe alimentaire. Une singularité française*, PUR/PUFR

MARTINS PEREIRA, G. (2006). *La construction d'un paysage viticole : le Haut-Douro, de Pombal à nos jours*, Revue Sud-Ouest Européen n°21, 19-28

PINA, H. (2003). *O Alto Douro: um espaço contrastante em mutação*, Tese (Doutoramento), FLUP

PITTE, J.-R. (dir.). (2000). *La nouvelle planète des vins*, Annales de Géographie n°614-615, Armand Colin

Sites Internet : <http://www.ivdp.pt>, <http://www.champagne.fr/>

Remerciements

Je tiens à remercier les membres du Comité d'Organisation des *IX Jornadas Internacionais "Grandes Problemáticas do Espaço Europeu"* ainsi qu'Hélène Velasco-Graciet (Univ. Bordeaux) et Louis Marrou (Univ. La Rochelle) pour leurs conseils scientifiques. Que soient aussi remerciés tous les acteurs de la filière du vin de Porto rencontrés et, plus particulièrement, Manuel Cabral (Président de l'IVDP) et Fernando Bianchi de Aguiar (Univ. Vila Real). Je ne saurai oublier le CIVC qui m'a aimablement autorisé à reproduire une carte du vignoble champenois, Pascal Brunello (Univ. La Rochelle) pour son aide cartographique ainsi qu'Ina Danova, Catalin Turlica et Jean-Philippe Duhard qui me permettent ici la diffusion de leurs photographies. Je tiens par ailleurs à remercier Philippe Roudié (Univ. Bordeaux) qui n'a cessé de m'encourager dès le départ à mener des recherches sur le vin de Porto ainsi que Joanne, Hélène et Olivier pour leurs relectures attentives.