

LES VINS DE BORDEAUX

DÉPOUSSIÈRENT LEUR IMAGE ET S'ADAPTENT SANS MODÉRATION

Bordeaux se réinvente pour passer d'un modèle basé sur le prestige et la tradition à un modèle plus accessible, moderne et en phase avec les attentes actuelles.

✎ TEXTE DE LAURE ESPÉRU

Drapeau noir, tête de mort stylisée soulignée de deux bouteilles en croix, slogans accrocheurs et tenues décontractées : dans les salons professionnels, ils ne passent pas inaperçus... quand ils s'organisent pas carrément leur banquet alternatif ! Depuis quelques années, ces vignerons du Bordelais font exploser le cadre. S'ils défendent leur terroir, ils revendiquent de le faire sans formatage. Leur but : innover et chercher des solutions pour répondre à la crise qui secoue les vins de Bordeaux.

Une bannière pour le nouveau bordeaux.

Ils sont une cinquantaine à défendre l'Union des vignerons Bordeaux Pirate, rassemblés autour de Jean-Baptiste Duquesne, fondateur du site de recettes de cuisine 700g.com et reconverti dans le vin avec l'achat du château Cazebonne (graves) en 2017. Chaque année,



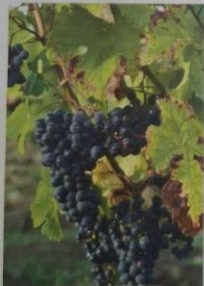
(L'Union des vignerons Bordeaux Pirate regroupe des producteurs qui ont décidé de sortir du cadre de la tradition.)

l'association sélectionne des vins qui se distinguent par leur originalité. Cuvées atypiques, cépages autochtones oubliés, vinification en amphore, tout est possible, pourvu que ce soit bon. Les producteurs eux-mêmes peuvent utiliser la bannière « Bordeaux Pirate » pour promouvoir ces cuvées et montrer qu'il existe un Bordeaux créatif, loin des stéréotypes.

« C'est un label un peu provocateur, explique Jean-Baptiste Duquesne. On veut créer un électrochoc pour dire que Bordeaux est en train de changer, qu'il y a des vins formidables, plus sur le fruit, moins techniques, avec un excellent rapport qualité-prix, et aujourd'hui plus que jamais. » Se démarquer et se réinventer est devenu vital pour les vignerons, face à une crise majeure qui secoue toute la filière depuis 2019. Le désintérêt des consommateurs pour le vin rouge impacte la demande, qui est en chute libre pour de nombreux bordeaux d'entrée et de milieu de gamme. La baisse des achats en Chine et le ralentissement global à l'échelle mondiale entraînent une situation de surproduction où les importants stocks invendus font chuter les prix. Seuls les très grands crus classés conservent généralement une clientèle internationale solide.

Une image vieillissante

Le vignoble bordelais est dimensionné pour une consommation beaucoup plus forte qu'aujourd'hui. Résultat, des milliers d'hectares ont déjà été arrachés ces dernières années pour tenter de rééquilibrer l'offre et la demande. S'ajoute à cela une image vieillissante, très traditionnelle, un peu complexe, voire élitiste, posant la concurrence de certaines régions qui proposent des vins plus simples à identifier. « J'ai beaucoup de gens qui rentrent pour acheter une bouteille et qui me disent "j'aime pas le bordeaux, je ne veux pas de bordeaux". C'est triste ! », constate Vittorio Jobse, caviste à Talence. Cet ancien professeur de philosophie néerlandais, devenu sommelier par passion, a pourtant décidé de cesser les idées reçues et d'ouvrir, il y a trois ans, une cave dédiée à la promotion de la nouvelle garde bordelaise. Chez Vins Rebelles, il a néanmoins vite compris que « bordeaux » était « un contre-argument de vente ». « Plutôt que de mentionner le terroir, j'insiste plutôt sur le choix des cépages, qu'ils soient anciens ou issus d'autres régions, les assemblages atypiques, les



Les ventes des vins de Bordeaux à l'étranger ont baissé, et le secteur est en crise depuis 2019.



Les vignerons tentent de nouveaux cépages et de nouvelles techniques, comme l'élevage en amphore, expérimenté au château Cazes à Ré, animé par Jean-Baptiste Duquesne, à la tête de l'Union des vignerons Bordelais Prélé

matenance d'élevage insolites, pour faire découvrir des vins qui sortent des standards. « Le pari est osé, mais les retours sont très positifs. » C'est en train de bouger, la plupart des clients sont curieux de découvrir des vins plaisir avec une vraie diversité. » Yann Jobal aligne désormais une centaine de références, aux packagings colorés, des vins d'ailleurs, tous en bio, biodynamie, ou naturels.

Le paradoxe bordelais est que la qualité moyenne des vins n'a probablement jamais été aussi élevée, mais que le modèle économique construit au ^{XX}^e siècle est now en cause. « La critique est justifiée, et on l'entend, admet Jean-Baptiste Duquesne. Bordeaux a un jour eu la vie trop facile et n'a pas fait le boulot d'hiver ses clients. » Souvent déconnectés du consommateur du fait du rôle d'intermédiaire des courtiers chargés de faire l'interface (un système unique qui structure la filière girondine), les vignerons de Bordeaux n'ont pas vu les goûts et les modes de consommation changer. « Cette image du vin de Bordeaux, qui est celle du rouge d'assemblage vinifié en fût de chêne, facilement identifiable et servi avec le plat en sauce du dimanche, est un peu décorrélée de l'époque », poursuit le viticulteur « Shiraz ». Cette identité qui semblait inébranlable doit désormais renouveler son image pour conquérir des consommateurs plus jeunes et trouver de nouveaux débouchés commerciaux.

Après des années de crise, le renouveau du vignoble bordelais est en route

Pour répondre au goût du jour, le vignoble teste de nouveaux cépages. En décembre 2020, notamment, l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) a autorisé l'introduction de six nouveaux cépages au sein des AOC bordelais et bordelais supérieur : arinartoa, marselan, touriga nacional, alvarinho et couteiro. Pour la plupart, des cépages au faible pH et aux acidités plus élevées. Si les grands rouges de garde conservent leurs adeptes, de même que les célèbres Equineux, la région mise beaucoup sur ses vins blancs (notamment l'entre-deux-mers), ainsi que les clairs, ces vins en blémiques de la région à la robe élatante, ou les crémants, ces effervescents qui ont le vent en poupe et voient leurs ventes décoller. L'arrivée de quelques sommeliers et d'une nouvelle génération de vignerons passionnés et décomplexés bien décidée à faire sa révolution est en train de bouger les lignes. « On ne peut pas mettre une étiquette cartonnée sur un ensemble de 5 000 vigneronnes. Nous sommes beaucoup à faire des vins d'artisan, à ne pas nous retrouver dans ce bordelais bashing et à ne pas oublier que jadis on ne buvait pas du vin », plaide Jean-Baptiste Duquesne. Les vignes à la fibreuse, il n'y a que quelques bouteilles. Preuve que le vin de Bordeaux n'est finalement pas si ennuyeux. ■