



Le caviste se rebiffé

*Le Français boit moins ? Oui, mais mieux.
Une révolution venue des caves, des restos
et des bars. Qui ont l'art de dénicher les
bonnes cuvées. Goûtons voir...*

Où va la France ? La terre adoptive de Dionysos, la première puissance viticole du monde, la mère de tous les terroirs, poursuit sa lente et inexorable descente aux enfers de la sobriété. « Le Français », qui affichait joyeusement au compteur 130 litres de vin annuels au sortir de la guerre, n'en déguste plus guère qu'une cinquantaine. « Le buveur » est aujourd'hui un ringard, un pauvre type, inadapté à la modernité. Un chauffard en puissance. Un cancer social. Le Kiravi et le Préfontaines ont sombré avec le Formica et la Gitane. A l'Elysée, pour la première fois dans l'histoire du pays, le locataire ne boit que de l'eau, et s'en vante. A l'Hôtel de Ville, le maire a vendu la cave, et l'a fait savoir : plus question de régaler nos hôtes étrangers de petrus et de romanée-conti quand le jeune électeur ne s'autorise au mieux dans son bar à vin de l'Est parisien qu'un misérable ballon de rosé sans soufre. « *In vino satanas !* » se lamentent dans un livre Denis Saverot et Benoist Simmat, constatant que la France est le seul pays au monde « où l'on peut être lourdement condamné pour avoir diffusé une publicité mettant en scène un vigneron souriant auprès de sa dernière cuvée ». Nos deux journalistes en sont convaincus : c'est le



peuple, paillard et soûlographe, que les élites urbaines et intellectuelles assassinent depuis trente ans : « Comment ne pas relever que la baisse de consommation de vin est corrélée à l'érosion du Parti communiste français ? »

TOUT FOUT LE CAMP

A deux pas de la Bastille – dont plus personne ne se souvient qu'elle tomba parce que le vin menaçait de manquer dans Paris –, un homme résiste. Ancien producteur de jazz – on lui doit quelques vieux concerts de Charlie Mingus –, Raphaël Gimenez, vrai Parigot d'origine helvético-argentine, a ouvert en 1995 une des caves les plus réjouissantes de la capitale, Les Caprices de l'instant : il y fait vieillir les vins, qu'il ne vend qu'à maturité. Des clients poussent la porte, ils sont... américains. Ils auraient pu être japonais. « Ce sont mes clients les plus fidèles. L'admiration, l'envie, le plaisir de partager ce qu'ils connaissent... Le vin les fait rêver et pas nous ! Quelque chose s'est cassé en France : la transmission ! On savait qu'un pauillac, ça vieillissait admirablement bien, qu'on pouvait le descendre à la cave, l'oublier, et le remonter vingt ans plus tard. Maintenant, le grand-père décède, et hop, on

vend la cave aux enchères ! » Raphaël Gimenez parle d'une apocalypse. Les repas qu'on ne prend plus ensemble, alors que le vin « c'est le partage ». La bouffe qui fout le camp, plus de gibier, pas de légumes, que du sucre. La panique « face à la dégradation du corps ». Le régime crétois qui a remplacé le « french paradox » en vogue il y a une dizaine d'années : « Les dingues du Gers qui mangent tout ce qu'il ne faut pas manger, foie gras et confit, boivent du madiran et de l'armagnac et vivent très vieux, on a oublié ? »

MOINS MAIS MIEUX

« Le vin est mort ! » lâchait, narquois, dans *Mondovino*, de Jonathan Nossiter, le cabotin Aimé Guibert, propriétaire dans le Languedoc de Daumas-Gassac, Rolls-Royce du vin de pays. « Le vin n'a jamais été meilleur en France ! » réplique Jacques Dupont, excellent critique du *Point*, auteur l'an dernier d'un pétillant *Choses bues*. En mourant, dit-il, la consommation de masse a tué un certain vin de négoce – toutes les grandes marques qui faisaient du vin de table ont disparu. Pour survivre, trouver des débouchés, les propriétaires ont dû travailler leur vigne, vinifier eux-mêmes, courir les foires et les salons : « A partir du moment où le vigneron

ne vend plus au négociant, mais au consommateur, il lui est directement redevable. C'est un peu comme si les céréaliers devenaient boulangers... » L'amélioration de la qualité des vins a donc précédé la demande des consommateurs. En retour, ces consommateurs – plus jeunes, plus urbains, plus féminins – ont regardé au-delà de leur verre : comment travaillez-vous ? Est-il vrai que vous mettez autant de produits chimiques dans la vigne ? Et voilà comment les surfaces cultivées en bio, qui ne représentent encore que 3 % du vignoble, augmentent de 20 % par an, et ce rythme s'accélère... Ce qui agace... Raphaël Gimenez, inquiet d'une tendance « bio-ayatollesque » : « De très grands noms de la Bourgogne étaient en biodynamie depuis longtemps, ils ne l'ont jamais écrit sur leur étiquette, et tant mieux. Ils vendent un monrachat ou un meursault avant de vendre du bio ! » N'empêche, poursuit Jacques Dupont, nous vivons une révolution de la consommation. Le « grand connaisseur », en clair le raseur, qui écrasait la table de sa science, est une espèce en voie de disparition. Tout juste peut-on craindre un autre mal bien français : le culte du « petisme », propagé par l'initié qui connaît le petit producteur qui lui concocte une petite cuvée rien que pour lui. Mais la menace, somme toute, est mineure : « Les jeunes ne sont plus "acheteurs d'étiquette", ils vont vers le plaisir », constate Dupont. Les joutes historiques entre les « tout-bordeaux » et les « tout-bourgogne » sont d'un autre temps : « Il y a vingt ans, quand j'écrivais sur les vins du Languedoc, je recevais des

EN HAUT,
UNE RANDONNÉE
ŒNOLOGIQUE
À VOUVRAY,
EN TOURAINE.
CI-CONTRE,
RAPHAËL
GIMENEZ, PATRON
DES CAPRICES
DE L'INSTANT,
À PARIS.



LA NOUVELLE CULTURE DU VIN ENQUÊTE

☛ *lettres d'insultes.* » Aux journées portes ouvertes de Loupiac, les producteurs de vins liquoreux constatent avec aise que leurs jeunes visiteurs et visiteuses n'ont plus les a priori de leurs parents : « *Parce que la gastronomie mondiale s'ouvre sur le salé-sucré, sur les épices...* » A l'apéritif, le vin, souvent pétillant, remplace les alcools forts. Le buveur de rosé, constate Dupont, n'est plus le « *Mimile à camping* », le « *benêt, aux yeux de ceux qui savent* ». Bref, le vin, pour ceux qui en boivent encore, est un truc naturel, sans chichis.

CHACUN CHERCHE SON CAVISTE

Et la révolution est venue de la vente ! Dans les années 1980-1990, difficile d'échapper au duopole grandes surfaces-Nicolas. Aujourd'hui, la grande distribution réalise toujours 70 à 80 % des ventes : des vins de marque, pour la plupart sans grand intérêt, qui cèdent la place, durant les foires aux vins, aux grands crus du négoce médocain achetés par la clientèle bourgeoise. « *Les cavistes indépendants ont dû s'adapter, chercher des produits plus pointus, dénicher la cuvée rare de Bourgogne, le domaine émergent des côtes du Rhône, le vin bio de Touraine* », rappelle Jacques Dupont. Des vocations sont nées. Et une flopée de caves, bars et restos à vin ont vu le jour – une centaine par an depuis 2005. Electricien pour une filiale de la Générale des eaux qui œuvrait dans les sous-sols de la Défense, Didier Lefort n'avait jamais bu une goutte d'alcool. Jusqu'à ce que ses collègues l'entraînent dans une virée à Meursault... « *Je me suis formé sur le terrain, en mission pour les ventes du comité d'entreprise...* » Et, en 1994, il se lance, reprend la cave Au bon plaisir, au 104, rue des Pyrénées, dans un Est parisien encore populaire. L'ancien propriétaire vendait du vin en vrac : « *Les vieilles tireuses en fonte sont encore au sous-sol...* » Didier reconvertit la cave, dénicher de très jolis vins de pays... qui se trouvent être pour la plupart en culture biologique : « *La Fédération nationale des cavistes indépendants démarrait, le Languedoc mettait les bouchées doubles pour nous inviter sur le terrain.* » S'ajoutent à ces voyages dans le vignoble

les dégustations que la profession organise chaque lundi à Paris ; et les visites de vigneron, qui n'hésitent plus à frapper aux portes des cavistes et restaurateurs. « *Du coup, on a lancé des journées dégustation avec un vigneron un samedi sur deux. Quand nos clients apprennent qu'un personnage comme l'Alsacien Marc Tempé vient nous voir, ils affluent...* »

LA SOMMELLERIE AU SOMMET

Parisien, le phénomène des cavistes indépendants ? Sûrement pas. En Bretagne, par exemple, ils ont poussé comme des farfadets, avec la même malice : face au casino, à Dinard, station plutôt huppée, on pousse la porte de La Cave d'Emeraude pour

tomber sur des paniers de très beaux vins de pays à 4 ou 5 euros... Même s'il régale aussi de très grands vins, le jeune patron des lieux, Denis Anisis, se félicite de réaliser 40 % de ses ventes – dont une partie en cubi – avec ces « petits » vins dénichés auprès de vigneron qu'il connaît personnellement, sans intermédiaire et avec peu de frais de transport. « *Quand on les déguste à l'aveugle, ils sont bluffants.* » Un client entre, se dirige vers un grand bourgogne blanc qu'il entend servir sur... une paella. Denis se charge de le convaincre de repartir avec un excellent rosé quatre fois moins cher. « *On a des clients d'un certain niveau social qui n'ont pas les repères sur les vins pas chers, ils n'ont pas été éduqués pour ça...* »

DENIS ANISIS,
DE LA CAVE
D'ÉMERAUDE, À
DINARD, PROPOSE
DE TRÈS BEAUX
VINS DE PAYS
À 4 OU 5 EUROS.



LA NOUVELLE CULTURE DU VIN ENQUÊTE

La Bretagne peut même se targuer d'avoir le seul diplôme de caviste reconnu nationalement, à Vannes, par où est passé Denis Ansis. Elle a surtout un professeur de sommellerie hors du commun : au lycée hôtelier de Dinard, Christian Stevanin a donné à des générations de jeunes sommeliers une conscience du terroir, et un respect du vivant. Avec lui, la profession a muté : « Dans les années 1950, on ne pouvait pas devenir sommelier avant 40 ans. Comme il n'y avait pas de formation, on choisissait parmi les chefs de rang celui qui avait la plus grande bonhomie. Il fallait être couperosé et ventripotent pour être crédible... » Sa future promotion 2009-2010 ? Six garçons... et neuf filles : « A la dernière commission de recrutement, elles nous ont conquis ! L'époque où l'on assenait des cours d'œnologie au client est terminée. Se confiner à l'appellation, au domaine, au millésime, c'est rébarbatif. Les femmes, elles, trouvent les mots justes, elles savent séduire avec des images. Et évoquer les conditions de production environnementales qui importent aux nouvelles générations. »

LE NEZ DES FEMMES

Tout est venu du nez. Autrefois, l'homme buvait un coup, et n'en faisait pas une affaire. Le vin avait de la jambe ou n'en avait pas. « Dans les banquets, on avait des verres très évases qui ne permettaient pas vraiment de sentir », rappelle Jacques Dupont. Tout juste évoquait-on les arômes quand ils étaient mauvais – bouchon, moisi, aigreux. Et les femmes sont arrivées. Dotées, nous dit Dupont, qui le tient du neurologue Jean-Diider Vincent, de capacités olfactives supérieures. « Elles ont une hypersensibilité olfactive, confirme Christian Stevanin. C'est d'ailleurs grâce à elles que les vins vanillés, bodybuildés, superconcentrés des années 1990 sont passés de mode. "Où est la finesse, l'élégance ?" demandaient-elles. » Ce discours sur le « nez » des femmes ne convainc pas les intéressées : « Je ne crois pas qu'on soit meilleures, c'est juste qu'une femme doit être plus performante qu'un homme pour obtenir la même reconnaissance », sourit la jeune Virginie Morvan, responsable des achats de Lavinia, la gigantesque cave high-tech de la Madeleine, à



VIRGINIE MORVAN EST RESPONSABLE DES ACHATS CHEZ LAVINIA, GIGANTESQUE CAVE HIGH-TECH PARISIENNE.

A lire

★★★ **Choses bues**, de Jacques Dupont, éd. Grasset, 306 p., 18,50 €.

★★★ **Le Goût et le Pouvoir**, de Jonathan Nossiter, éd. Grasset, 420 p., 19,50 €, et éd. Le Livre de poche, 448 p., 6,95 €.

★★★ **Le Désir du vin à la conquête du monde**, de Jean-Robert Pitte, éd. Fayard, 332 p., 25 €.

★★ **In vino satanas I**, de Denis Saverot et Benoist Simmat, éd. Albin Michel, 242 p., 16 €.

Paris. Avec Rachel Bougault, sommelière de l'Octopus, à Béziers, qui ne propose que des vins bio ou naturels dans son restaurant étoilé, Virginie Morvan a été une des élèves les plus brillantes de Christian Stevanin – « un romantique, un passionné, un Cyrano dans les vins ». Mais elle a commencé par s'exiler dans un grand restaurant londonien – « parce qu'en 1996 il y avait très peu de postes pour les femmes dans le vin » –, avant d'intégrer l'hôtel Bristol, premier palace à avoir réalisé un joli coup marketing, avec une équipe « 100 % sommelière » : « Au début, les clients étaient surpris, me testaient, ensuite, c'était très facile : entre un client connaisseur et un sommelier, il y a toujours compétition. Avec une sommelière, la rivalité disparaît... »

INTERNET

Ne demandez pas aux cavistes ce qu'ils pensent du Net... Pas beaucoup de bien, évidemment, sauf à l'égard des sites de connaisseurs et des blogs, qui pratiquent un entre-soi sympathique et enflammé. Les sites marchands, en revanche – Wineandco, ChateauOnline, 1855, etc. –, s'ils permettent des achats judicieux, ont eu la mauvaise idée de naître à une époque où une « révolution culturelle » transforme l'achat du vin – chez le

vigneron, le caviste, le bistrotier – en acte d'échange, de palabre et... de dégustation. Sur le Net, certains l'ont d'ailleurs bien compris. Sommelière dans un restaurant des Champs-Élysées, Linda Grabe faisait des listes de vins pour ses amis, puis s'organisait pour les faire livrer, jusqu'au jour où elle a décidé d'en faire un métier : chaque mois, sur Lindaboie.com, elle propose quatre nouveaux vins à ses amis et amis d'amis... qui sont devenus cinq mille abonnés. Sur le site de Linda Grabe, un baron-de-brane est « structuré comme un Chabrol », un menetou-salon est « tonique et rafraîchissant comme une comédie musicale de Jacques Demy ». Linda ajoute : « Quand je suis paresseuse sur les textes, certains n'achètent pas. Le Net exige qu'on développe une relation physique. J'organise des rencontres, des dîners. » Comme tous nos interlocuteurs, elle constate que jamais on n'a autant parlé, écrit sur le vin : « Mais on ne parle pas du vin, on raconte des histoires ! De reconversion, de mondialisation, de réchauffement climatique. Et des histoires humaines, des rapports père-fils très compliqués, des vigneronnes qui ont repris le domaine à la mort de leur mari... »

ÉPILOGUE

Ce dimanche 6 septembre, les vendanges s'annonçaient belles dans le Val de Loire. Des randonneurs, adeptes du « tourisme œnologique », s'étaient lancés dès 8h30 à l'assaut du coteau des Vérons, dans la mer des vignes de Vouvray dominant le fleuve. A la même heure, vers Azay-le-Rideau, d'autres partaient à la découverte de caves troglodytiques, ou, en Anjou, du château de Passavant-sur-Layon, construit par le redoutable Foulques Nerra. La veille au soir, d'autres encore avaient arpenté les coteaux du Layon, dans les vignes des quarts-de-chaume, ou avaient préféré participer à la fête de l'Aunis, cépage très ancien du vignoble sarthois... Combien étaient-ils à s'être donné rendez-vous pour ces douze randonnées ligériennes, dans ces terres classées par l'Unesco au Patrimoine mondial de l'humanité, au milieu des vignes et des vigneronnes ? Quelques dizaines, quelques centaines ? Non, plus de trois mille. *In vino satanas*, vraiment ? ■ VINCENT REMY