

AYMERIC MANTOUX
BENOIST SIMMAT



LA GUERRE DES VINS

PLUS CHER QUE L'OR, PLUS RARE QUE LE PÉTROLE

Flammarion
ENQUÊTE

LA GUERRE DES VINS

PLUS CHER QUE L'OR, PLUS RARE QUE LE PÉTROLE

Flammarion
ENQUÊTE

Le monde a soif de vin. Jamais dans l'histoire « l'or rouge » n'a été aussi recherché et disputé à travers la planète.

Instrument de puissance méconnu, le vin contribue au prestige des nations qui le maîtrisent depuis des siècles. Il représente même le dernier domaine d'excellence français.

Mais la concurrence est rude. Après les Américains qui dominent aujourd'hui le marché, de nouvelles puissances conquérantes – la Chine, l'Inde ou le Brésil – apparaissent. Elles achètent et créent des domaines, s'emparent des stocks, et cherchent à prendre le contrôle des cours et du commerce viticoles.

Les deux auteurs de ce livre sont partis sur les nouvelles routes du vin. Entre Napa Valley et Hong Kong, Espagne, Japon et Chine, émerge une étonnante histoire de la globalisation. Et dans cette véritable guerre économique « liquide », la France n'a pas dit son dernier mot.

Aymeric Mantoux, 35 ans, rédacteur en chef du magazine *L'Optimum*, a publié de nombreux essais économiques et politiques dont *Voyage au pays des ultra-riches* (Flammarion, 2010).

Benoist Simmat, 38 ans, rédacteur en chef du magazine *W*, scénariste, est également l'auteur de plusieurs ouvrages dont *In Vino Satanas* (Albin Michel, 2008).

La Guerre des vins

DES MÊMES AUTEURS

Aymeric Mantoux et Benoist Simmat

Ségolène Royal, la dame aux deux visages, L'Archipel, 2006.

NRJ, l'empire des ondes, Mille et une nuits, 2008.

La Gauche bling-bling, dessins de P. Bercovici, 12Bis, 2012.

Aymeric Mantoux

Jean-Pierre Raffarin, l'homme que personne n'attendait, avec T. Mantoux, Le Cherche-Midi, 2002.

Souk Food, Agnès Viénot Éditions, 2004.

Nicolas Sarkozy, l'ambition au pouvoir, First, 2004.

L'Homme qui s'aimait trop, avec Y. Derai, L'Archipel, 2005.

Infiltrés, 403 jours au cœur du PS et de l'UMP, avec B. Eschapasse, Privé, 2007.

Bernard Kouchner vu par..., Calmann-Lévy, 2008.

Voyage au pays des ultra-riches, Flammarion, 2010.

Le Livre noir de la gastronomie française, avec E. Rubin, Flammarion, 2011.

Benoist Simmat

In vino satanas, avec D. Saverot, Albin Michel, 2008

Ghota City, le pouvoir discret des aristos, avec L. de Charette, Éditions du Moment, 2009.

Robert Parker, les sept péchés capitaux, dessins de P. Bercovici, 12Bis, 2010.

Légion étrangère, les soldats perdus de la République, avec S. Rodriguez, Calmann-Lévy, 2010.

Les Caves du Cac 40, dessins de P. Bercovici, 12Bis, 2011.

Dico Vino, Dictionnaire encyclopéthylique du vin, dessins de P. Bercovici, 12Bis, 2011.

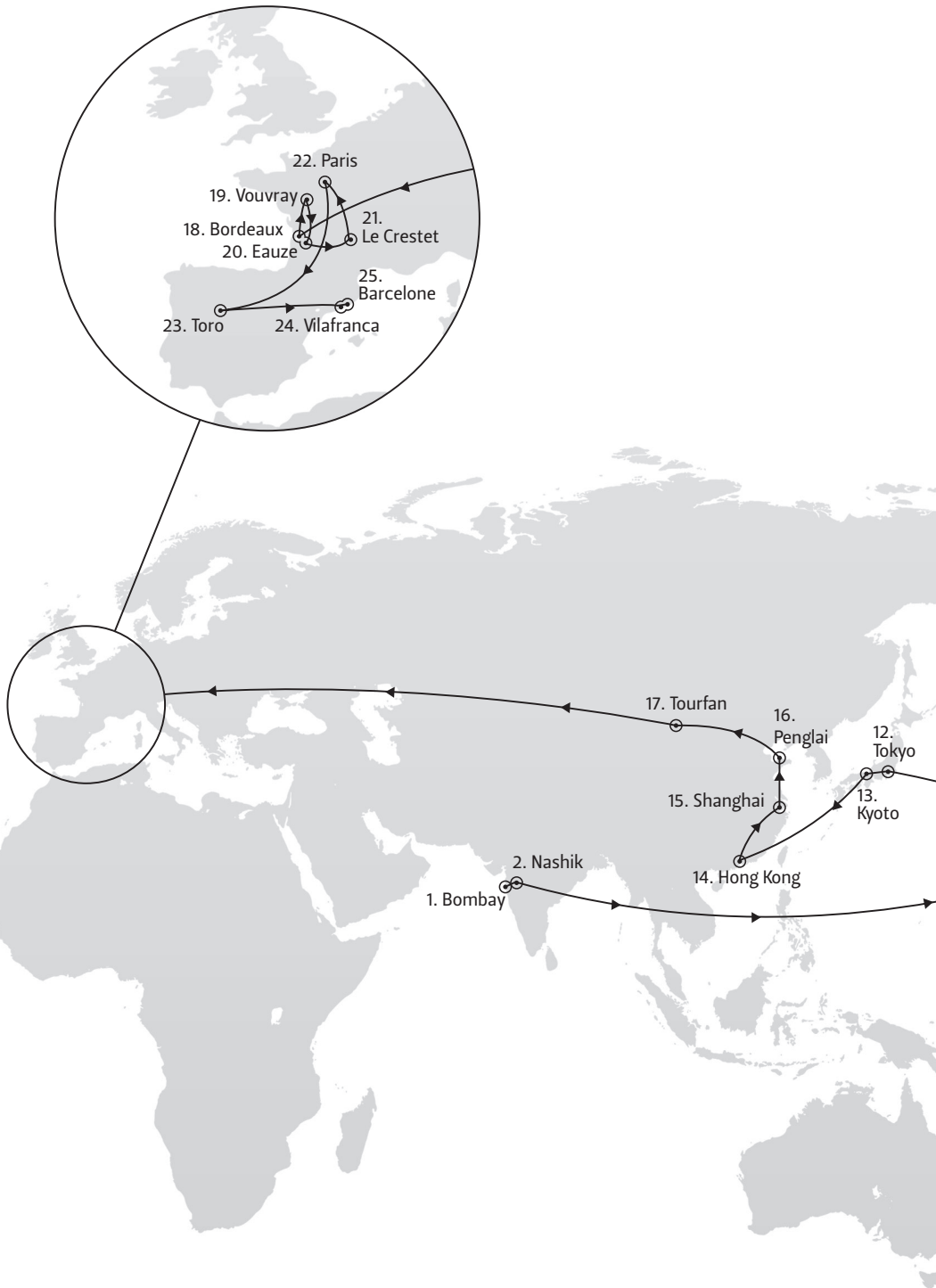
Champagne! Le Dom Pérignon Code, dessins de P. Bercovici, 12Bis, 2012.

Aymeric Mantoux
Benoist Simmat

La Guerre des vins

Flammarion

© Flammarion, 2012.
ISBN : 978-2-0812-9131-7



SUR LES ROUTES DE LA GUERRE DU VIN



PROLOGUE

Sula world

Bombay, première mégalopole indienne, capitale financière et industrielle de la « plus grande démocratie du monde », ville incroyablement animée, odorante, vibrante.

Dès l'aéroport international de Mumbai – « Bombay » en marathi, un « dialecte » utilisé ici par les quelque vingt millions d'habitants de l'agglomération – nous sommes saisis par le va-et-vient permanent des grues, des tractopelles et des ouvriers se relayant pour achever le doublement des aéroports existants. Jour et nuit, à Bombay, l'activité et le bruit sont incessants ; le trafic automobile y est accompagné d'une invraisemblable cohue de véhicules hors d'âge et d'un concert de klaxons permanent.

Pour rejoindre l'hyper-centre-ville, il faut emprunter un pont majestueux traversant la baie et laissant derrière nous les bidonvilles, excroissances qui, ajoutées à l'extraordinaire vitalité de la « ville », résument

La Guerre des vins

l'Inde contemporaine : pauvre mais dynamique, étouffante mais énergisante, moyenâgeuse mais tournée vers le futur...

Baignée par la mer d'Arabie, voici l'île de Colaba, ses ruelles arborées, ses bâtiments coloniaux au charme britannique désuet, une grande promenade au bord de l'eau, et même quelques boutiques de designers.

Résidence des plus importantes fortunes d'Inde, comme les familles Rambani ou Tata, le quartier de Colaba est aussi celui des voyageurs aisés, dont certains séjournent à l'emblématique *Hôtel Taj Mahal Palace & Tower* –, l'un des palaces les plus réputés au monde.

Ce bâtiment presque magique, construit en 1903 dans un style « indo-sarracénique », à l'altière silhouette dominée de coupes couleur brique, conserve le triste souvenir des attentats meurtriers de novembre 2008, comme le rappellent les contrôles de sécurité à l'entrée.

Mais une fois à l'intérieur, difficile de ne pas être saisi par l'atmosphère vibrionnante et hippie-chic des lieux, que les grands de ce monde, familles royales, présidents en exercice ou stars du cinéma, choisissent systématiquement pour éphémère demeure.

Le nez chatouillé par des effluves de jasmin, il faut traverser un long corridor dallé de marbre – et, certes, envahi de boutiques de luxe – pour rejoindre la piscine, lovée au centre du jardin intérieur. Quelques instants et puis... le silence. Le bruit de l'Inde a été remplacé par le pépiement des oiseaux dans les bougainvillées.

Prologue

À l'heure de l'apéritif, nous prenons place à l'une des lourdes tables en fonte, au milieu d'un ballet de serveurs en costume crème tirés à quatre épingles. Le garçon à qui nous demandons un simple « verre de vin blanc » nous répond poliment, dans un anglais qu'on pourrait presque croire appris à Oxford :

« Nous avons un excellent vin indien, je peux vous proposer un sauvignon-blanc de la *winery* Sula, monsieur. »

Shocking pour le visiteur français ! Qu'un des établissements les plus raffinés du monde ne croie pas utile de proposer un vin français, passe encore, mais que les Indiens eux-mêmes produisent des cuvées pouvant répondre aux exigences qualitatives du *Taj Mahal Palace*, voilà un véritable mystère...

Nous demandons à goûter ce mystérieux breuvage et revoilà quelques instants plus tard notre garçon portant un plateau d'argent surmonté d'une bouteille sobre mais élégante, fermée par un bouchon à vis, et arborant sur son étiquette le dessin naïf d'un grand soleil à moustaches, à la moue tranquille, frappé d'un nom :

« Sula Vineyards, 2008, Sauvignon Blanc ».

Sa provenance est mise en évidence :

« Estate Bottled, Nashik, Wine of India ».

D'un geste sûr, le garçon nous sert – à bonne température – ce vin dont la robe, jaune clair, est presque étincelante. Au nez, le breuvage dégage des arômes d'agrumes, et, nous semble-t-il, l'odeur de l'été après la mousson ; en bouche, il paraît légèrement acidulé, titillant presque les papilles, avec un goût prononcé de pamplemousse, ou de fruits exotiques, selon les appréciations.

La Guerre des vins

Non seulement ce vin est très agréable mais son prix va nous laisser pantois : 700 roupies, soit moins de 10 euros la bouteille. Cher pour l'Inde certes, mais nous sommes dans un des plus luxueux établissements du monde !

L'exotisme jusqu'à l'apéritif... Voilà un sujet de conversation qui devrait animer notre dîner prévu à *L'Indigo*, une des bonnes tables internationales de Bombay, un établissement fréquenté par une clientèle hétéroclite de touristes aisés, de cadres indiens du business, et même parfois de quelques stars de « Bollywood », le Hollywood indien. Tous sont venus, nous a-t-on confié, y siroter du... rosé, un vin qu'on jurerait circonscrit au soleil provençal. Il faut dire que la maison est réputée pour sa carte des vins.

Le temps de nous installer dans ce décor chic mais orientalisant, nous remarquons que toutes les cuvées des vins Sula, justement, sont représentées, et même mises en valeur face aux innombrables concurrents français, italiens, américains, chiliens et australiens. Il y a du Sula rouge basé sur un assemblage de cabernet (c'est-à-dire de cabernet-sauvignon, comme dans le Médoc) et de shiraz (équivalent de notre syrah du Rhône sud, comme à Chateauneuf-du-Pape) ; ou alors de merlot (Saint-Émilion) et de malbec (Cahors). Il existe aussi des Sula blancs fabriqué avec du viognier (Condrieu), du riesling (Alsace) ou du sauvignon (Loire) ! Nous notons même l'existence d'un Sula brut (*sparkling*, ce qui signifie effervescent), se réclamant de la « méthode champenoise »...

Prologue

Il n'y a décidément que l'embarras du choix pour accompagner les plats épicés « indo-européens » de la maison, comme le tandoori au poulet mariné ou le risotto au citron, asperges et cœur de palmier.

Au détour d'une conversation, nous découvrons que Sula, marque tout à fait inconnue en Occident, est une *success-story* locale suscitant un engouement et une croissance hors du commun. Son histoire ressemble en réalité à un véritable conte de fées... de la mondialisation. C'est d'ailleurs celui d'un homme originaire du pays, Rajeev Samant, brillant ingénieur chez Oracle, société star de la Silicon Valley. En 1992, à seulement vingt-neuf ans, il quitte son poste envié de manager en Californie pour revenir sur les terres de ses ancêtres, en l'occurrence dans la cité de Nashik, 180 kilomètres au nord de Bombay. Après une première expérience d'agriculteur, il décide de s'orienter vers le vin, influencé par l'effervescence qu'il a connue en Californie autour des *wineries*. Après avoir fait analyser sol et climatologie, Rajeev Samant tient la preuve que son « terroir » indien est tout à fait favorable à la culture de vins de qualité. Il s'offre alors les services d'un œnologue californien de renom, Kerry Damskey, en lui proposant de le payer en actions de sa nouvelle société, montée avec famille et amis.

Les premières vignes sont plantées en 1997, la première récolte valable est obtenue deux ans plus tard – en Inde, la vigne croît très vite et donne deux vendanges par an ! Les premières bouteilles au soleil jaune sont commercialisées au début des années deux mille. Dès le départ, la stratégie du jeune néo-vigneron est

La Guerre des vins

de devenir le premier producteur d'un « grand cru » indien, avec une qualité soignée, et des prix légèrement supérieurs à une concurrence locale qui commence à émerger. Pour populariser la culture du vin et promouvoir sa marque, il fait lui-même la tournée des bars, des hôtels et des restaurants branchés, et peut rapidement ouvrir deux autres sites de productions à Nashik, lieux qui sont bien volontiers ouverts aux visites.

Nous décidons, dès le lendemain, d'aller y voir de plus près.

La ville est en réalité une bourgade de l'État de Maharashtra, et il faut au moins quatre heures pour s'y rendre depuis Bombay, que ce soit par le train, en bus ou en taxi. « Sula Vineyards » est cachée dans une verte vallée des alentours, où l'on goûte l'éloignement de la fureur de l'Inde contemporaine.

Sur un portail en pierre, le soleil moustachu nous invite à entrer. Malgré sa belle réputation, dorénavant continentale, et près de trois millions de « cols » annuels – bouteilles produites chaque année, en langage professionnel – Sula demeure une propriété aux allures modestes, mais au design soigné.

Au plafond du hall d'entrée, par exemple, des bouteilles sont utilisées comme des abat-jours diffusant une lumière réconfortante. Le visiteur peut également profiter d'un balcon panoramique avec une vue exceptionnelle sur le proche lac de Gangapur et le vignoble de la maison, dont la croissance semble infinie. Sula possède en effet aujourd'hui 1 300 hectares dans la région.

Prologue

À quelques pas du chai de vinification, un minuscule restaurant italien a été aménagé, ainsi qu'un bar et des chambres d'hôtes. Sula, comme n'importe quel domaine viticole contemporain, envisage le vin comme un produit complet, touristique, gastronomique et culturel. Avec une telle infrastructure, il est évidemment très facile pour le visiteur de goûter une des 25 références que la maison est capable de produire (il y en a une nouvelle chaque année). Pour l'instant, la plupart des vins proposés sont jeunes, bien que le Dindori Reserve Shiraz soit vieilli un an « en fûts de chêne », comme à Bordeaux !

Rajeev Samant est à l'origine d'une petite révolution. Grâce à lui, Nashik est devenue la capitale du vin du sous-continent avec pas moins de trente-cinq *wineries* attirant des touristes du monde entier. Car son succès a fait venir concurrents et grands groupes internationaux. Le patron de Sula, célèbre pour son crâne rasé, développe lui-même de nouveaux concepts comme le « Sulafest bazar », grand festival de musique électronique ayant amené près de dix mille spectateurs... abreuvés aux vins Sula. Début avril 2012, Rajeev Samant ouvrait *Vinoteca by Sula*, un bar à vin en plein cœur de Bombay, inspiré des bars à tapas espagnols. Et ce n'est que le début.

L'Inde, convertie à marche forcée au vin ? Rapportée au nombre d'habitants, la consommation actuelle de vin par habitant y est quasi nulle : 5 millilitres par an, soit l'équivalent d'une cuiller à thé, boisson-phare de la culture coloniale. Mais dans une Union¹ qui

1. L'Inde n'est pas un pays, c'est une fédération d'États.

La Guerre des vins

sera sous peu l'État le plus peuplé au monde, la croissance du marché du vin est exponentielle. Dès 2014, les ventes devraient atteindre... 21 milliards de dollars.

Du coup, tous les acteurs économiques de poids se précipitent pour fertiliser un terrain défriché par quelques pionniers comme le Rajeev Samant, mais aussi Kanwal K. Grover et son fils Kapil, qui ont lancé, avec succès, l'étiquette Grover près de Bangalore (État du Karnataka). Ainsi le milliardaire Vijay Mallya, propriétaire du géant de la bière United Breweries, a-t-il racheté le producteur de... crémant de Loire Bouvet-Ladubay afin d'inonder le marché indien avec un bon rapport qualité-prix *made in France*. Le businessman T. Raghavandra Godwa, lui, a préféré lancer un projet de *winery* haut de gamme nommé « Alpine » avec l'objectif affiché de monter à l'assaut de New Dehli, Londres et Shanghai ! Alors que les actrices des films de Bollywood sont de plus en plus filmées un verre de vin à la main, les producteurs français sont aux premières loges : les équipes des châteaux Latour et Margaux font le tour des producteurs de cinéma des ministères et des hôtels de luxe.

Oui, le continent-pays sera bientôt un géant du vin. Car à mesure que l'Union indienne va affirmer sa prééminence sur la scène internationale, le vin deviendra un des instruments de cette domination. Un instrument parmi d'autres, mais qui a tout de même son importance.

Pourquoi un tel appétit pour le vin, boisson d'origine méditerranéenne et dont toute la planète semble s'être

Prologue

entichée ? Parce que le monde entier, justement, cherche à profiter de la croissance exponentielle du marché du vin et du cash qu'il génère. Mais aussi de la symbolique associée à sa maîtrise.

Selon l'étude internationale de référence¹, les ventes de vins sur la planète vont atteindre les 230 milliards de dollars en 2014 ! Il faut bien voir que ce chiffre est le double de celui du marché pourtant très porteur et âprement disputé des cosmétiques... La hausse de la consommation des vins est ininterrompue depuis vingt ans (elle progresse toujours) et tous les marchés jusqu'ici vierges se convertissent les uns après les autres : aujourd'hui, on boit du vin dans presque chacun des deux cents pays du globe et plus de la moitié produisent dorénavant leurs propres crus ! Difficile de trouver un « produit » – même si le vin est bien plus que cela – qui profite autant de l'extension des échanges internationaux et de la dynamique de la globalisation.

En réalité, cette situation résulte d'une tendance lourde de l'histoire de l'humanité. Elle résume même, à elle seule, trois mille ans de vinification et de recherche des plaisirs de la table. Car l'histoire du vin, c'est aussi celle d'un besoin irrépressible qu'ont manifesté les grandes puissances ou les grandes civilisations de produire et de consommer les meilleurs crus possibles, de maîtriser leur distribution et leur approvisionnement.

À quelques exceptions près, le « choc des civilisations » est jonché de ces tentatives. Pour ne citer que

1. IWSR/Vinexpo 2012.

La Guerre des vins

les exemples les plus connus, l'Égypte pharaonique, la Grèce antique, le monde romain, les Empires espagnol et portugais, la France de Versailles, l'Angleterre victorienne, le Japon de la reconstruction, l'Amérique de Roosevelt, puis, la Chine néocommuniste et l'Inde conquérante, toutes ces « idées » dominantes ont utilisé le vin, son commerce et ses valeurs pour asseoir ou accroître leur puissance.

Le géographe et historien Jean-Robert Pitte, ancien président de la Sorbonne et amateur éclairé de vin, a identifié et exploré le phénomène en titrant un de ses essais : *Le Désir de vin à la conquête du monde*¹. Il écrit, parlant du fruit de la vigne : « Aucun autre élément ou bien du monde terrestre n'a jamais joui d'un tel statut, d'un tel prestige, pas même le feu, purificateur, mais si destructeur, ou l'or, d'une beauté solaire, mais si inerte, et objet de perdition pour ceux qui s'y attachent. »

Et effectivement, depuis le Proche-Orient, berceau attesté de la culture de la vigne et des premières vinifications², le vin n'a cessé d'essaimer, de conquérir de

1. Jean-Robert Pitte, *Le Désir de vin à la conquête du monde*, Fayard, 2009.

2. Sans rentrer dans les détails, dans un arc Liban-Syrie-Irak-Turquie-Géorgie-Arménie (en tenant compte des frontières actuelles), c'est-à-dire l'antique « croissant fertile » et sa façade méditerranéenne. Il est intéressant de noter que la Bible situe l'invention par Noé de la viticulture sur le mont Ararat, à l'endroit même où la tradition fait s'échouer l'Arche, mont situé en plein centre de cet « arc de création » du vin. Pour aller plus loin, voir : *Le Désir de vin à la conquête du monde*, *op. cit.*

Mise en pages
PCA
44400 Rezé

N° d'édition : L.01ELKN000405.N001
Dépôt légal : septembre 2012

