

LA REVUE DU vin DE FRANCE

larvf.com

Découvertes
Les jeunes
talents du
Beaujolais

Nouvelle
Formule
+ de dégustations
+ de conseils + de vins

Les rendez-vous
du vin à Paris
Le Salon Saveurs
et les Vignerons
indépendants

Arnaque
sur le Net
Les grands crus
servent d'appât!

Cairanne
50 rouges
du Rhône
qui tutoient
les grands

Sauternes
et vins bio
Le coup
de gueule
de Xavier
Planty



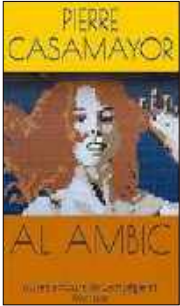
Dossier spécial

Crus bourgeois Notre palmarès idéal

Avant le classement officiel,
les 128 châteaux qui méritent une mention

LE LIVRE DU MOIS

De la défaite arabe est né le cognac



Al Ambic ou les amours de Lampégie et Munuza, Pierre Casamayor. 15,2x22,9 cm. 172 p. 12,34 euros, sur Amazon

Après avoir beaucoup publié, en particulier sa fameuse *École de la dégustation*, Pierre Casamayor nous livre son 14^e livre, certainement le plus personnel.

Fin lettré de tempérament latin, il nous transporte au VIII^e siècle, entre Aquitaine et Septimanie, alors que Wisigoths et Francs se disputent les restes de la civilisation gallo-romaine. Nous voici aux portes de Toulouse assiégée par les Arabes. Partis en 630 des déserts d'Arabie, les adorateurs du Coran ont conquis la Palestine, l'Égypte, le Maghreb, une grande partie de l'Espagne. Ils franchissent les Pyrénées mais sont défaits au pied des remparts de la future Ville Rose.

Au sein de l'armée omeyyade, un savant, Omar, tombe aux mains des Aquitains. Bonne pioche : l'homme transporte des alambics, le fabuleux Al Khôl qu'il en tire lui permettant de soigner les blessures des soldats de son maître.

Sur fond d'histoire d'amour à contre-courant des religions, Casamayor nous dévoile comment la découverte de la distillation fait naître l'armagnac, le cognac et jusqu'au whisky en Irlande.

Partageant aujourd'hui sa vie entre Poucharramet, aux portes de Toulouse, et Fès au Maroc, marié à Naïma, l'auteur, professeur d'œnologie et toujours expert ès explosifs et feux d'artifice, nous livre ici l'alchimie de sa vie. Fêru d'innovation, il a truffé son "roman multimédia" de QR codes permettant de suivre en vidéo les lieux de l'intrigue, une dégustation d'armagnac tout en savourant la magistrale recette filmée de Naïma cuisinant sa pastilla. On se régale !

D.S.

L'IMPROBABLE DU PROFESSEUR BUCELLA

Quand la Wallonie dit merci au réchauffement climatique

La température qui grimpe favorise l'essor de vignobles septentrionaux, comme en Wallonie, mais ne suffit pas pour réussir économiquement.



En Wallonie, les blancs représentent la majorité des vins produits.

L'année passée, j'ai dirigé un intéressant mémoire de fin d'études à l'école de commerce Solvay de l'Université libre de Bruxelles. Son auteur, Gilles Herremans, s'est penché sur les stratégies mises en œuvre par les vigneron wallons.

Eh oui, les Wallons vinifient, quitte à déplacer des montagnes qui n'existent pas chez eux ! Longtemps, on a surtout produit en Wallonie des vins effervescents et des blancs. Ce que confirment d'ailleurs les chiffres avec une production de 57,91 % d'effervescents et de 24,18 % de blancs.

UN DÉFI COMMERCIAL

Or, la Wallonie produit aussi aujourd'hui des vins rouges, aidée par un réchauffement climatique ici jugé providentiel. Toutefois, la principale difficulté de ce côté-ci du Quiévrain n'est pas forcément technique mais plutôt commerciale et même marketing.

Une production pionnière telle celle de la Wallonie ne peut en effet lutter contre les vins des pays voisins ni sur le terrain des prix, vu sa taille et ses coûts

de production, ni sur celui de l'identité, n'ayant pas l'aura du vignoble français par exemple.

Il ne reste donc qu'une option à nos valeureux vigneron wallons : utiliser la stratégie dite de la concentration sur un marché de niche. En clair, il s'agit de justifier un prix de vente plus élevé par la rareté et l'originalité de l'offre tout en adaptant les investissements à un marché très restreint.

VENDRE CHER ET LOCAL

La stratégie du marché de niche est favorisée par la mode du "consommer local" et la réduction des circuits de distribution. Le consommateur est prêt à payer un supplément pour un tel vin. Conséquence : tous les producteurs wallons ne travaillent qu'en direct, avec des caves, des bars à vins voire des restaurants, ou bien auprès des consommateurs, mais sans intermédiaires. Le vignoble wallon est donc certes le résultat d'un phénomène climatique, mais aussi d'une stratégie bien étudiée.

Fabrizio Bucella

Professeur à l'Université libre de Bruxelles