

Boris Pétric

Château Pékin

La France, le vin, la Chine



le
bruit
du
monde

Boris Pétric

Château Pékin

La France, le vin, la Chine

Récit



D'un côté, la France, pays dont l'art de vivre est internationalement réputé pour son raffinement et son hédonisme. À l'autre bout du monde, la Chine, immense territoire où tout se développe plus vite qu'ailleurs, notamment depuis sa conversion à l'économie globale. Entre les deux, lien de socialisation, d'échanges et de transmission : le vin.

Du célèbre salon Vinexpo délocalisé à Hong Kong aux clubs privés de dégustation qui font fureur à Pékin, des centaines de milliers d'hectares de vignobles plantés en Chine ces vingt dernières années aux châteaux bordelais rachetés par des milliardaires chinois, des confréries viticoles de Bourgogne ravies d'introniser des membres chinois aux oenologues français employés dans des domaines du Xinjiang, Boris Pétric est parti à la rencontre des acteurs d'une révolution : l'appropriation express d'un joyau de la culture occidentale, dont l'empire du Milieu pourrait bien devenir rapidement le premier consommateur... et le premier producteur.

Nourri par une curiosité aussi enthousiaste que généreuse, ce récit d'une longue enquête observe les transformations de nos sociétés globalisées et tente de répondre à cette question : « Dans quel monde commun vivons-nous déjà avec les Chinois sans le savoir ? »

L'auteur

Né à Cahors en 1972, Boris Pétric est l'auteur d'enquêtes ethnographiques sur les sociétés postcommunistes (Ouzbékistan, Kirghizistan...) et sur la mondialisation du vin. Directeur de recherche au CNRS, il enseigne l'anthropologie à l'EHESS de Marseille, où il est particulièrement impliqué dans la question de l'écriture des sciences sociales. Il a par ailleurs réalisé plusieurs films documentaires, notamment l'éponyme et complémentaire *Château Pékin* (2018).

Du même auteur

Pouvoir, don et réseaux en Ouzbékistan post-soviétique, PUF, 2002.

Le Vin et l'Europe : métamorphoses d'une terre d'élection (avec Aziliz Gouez), Notre Europe, 2007.

On a mangé nos moutons. Le Kirghizstan, du berger au « businessman », Belin, 2013.

Direction d'ouvrages collectifs

Europa mon amour – 1989-2009 : un rêve blessé (avec Jean-François Gossiaux), Autrement, 2009.

Panorama de l'anthropologie russe contemporaine (avec Elena Filippova), L'Harmattan, 2011.

La Fabrique de la démocratie. ONG, fondations, think tanks et organisations internationales en action, Maison des sciences de l'homme, 2012.

Révolutions, contestations, indignations (avec Pénélope Larzillière), dossier, *Socio*, n° 2, Maison des sciences de l'homme, 2013.

Mondialités du vin (avec Chantal Crenn et Marion Demossier), dossier, *Ethnologie française*, vol. 51, n° 3, PUF, 2021.

OceanofPDF.com

Illustration de couverture : © Mathieu Persan

Conception graphique de la couverture : Jean Paul D'Alife (UUS Studio)

© Le bruit du monde, 2022.

Tous droits réservés pour tous pays.

Exergue : Gaston Bachelard, *La Psychanalyse du feu*, 1938, © Éditions Gallimard

Le bruit du monde

68, rue de Rome

13006 Marseille

contact@lebruitdumonde.com

www.lebruitdumonde.com

« Cette œuvre est protégée par le droit d'auteur et strictement réservée à l'usage privé du client. Toute reproduction ou diffusion au profit de tiers, à titre gratuit ou onéreux, de tout ou partie de cette œuvre, est strictement interdite et constitue une contrefaçon prévue par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. L'éditeur se réserve le droit de poursuivre toute atteinte à ses droits de propriété intellectuelle devant les juridictions civiles ou pénales. »

ISBN numérique : 978-2-493206-30-5

Ouvrage réalisé par Cursives

OceanofPDF.com

« La conquête du superflu donne une excitation spirituelle plus grande que la conquête du nécessaire. L'homme est une création du désir, non pas une création du besoin. »

Gaston Bachelard, *La Psychanalyse du feu*

OceanofPDF.com

Prologue

La dernière fois que j'étais venu à Saint-Émilion, en 2015, j'arpentais les ruelles avec mon ami Gérard Colin, qui était de retour dans son village natal pour quelques jours avec son employeur chinois. Monsieur Chen, un nouveau riche ayant fait fortune dans la construction immobilière, se passionnait en effet pour le vin et venait d'embaucher Gérard dans son domaine Taila, dans le Shandong, fief historique de la culture viticole en Chine. Les deux complices étaient là pour recevoir une médaille d'un mystérieux concours vinicole européen. Gérard travaillait depuis quelques mois sur ce projet pharaonique et gérait l'aménagement d'un immense domaine de plusieurs centaines d'hectares, doté d'une dizaine de châteaux en cours de construction.

C'est un événement aussi inattendu que malheureux qui m'y ramène ce vendredi pluvieux et froid du mois de février 2017 : Gérard Colin vient de mourir.

J'ai perdu un témoin, j'ai perdu un ami. Je suis là pour assister aux obsèques de cet enfant du pays, de cet œnologue expatrié depuis dix-sept ans en Chine, où il était devenu une star dans le milieu viticole.

Je l'avais rencontré en 2012, alors qu'il travaillait à l'implantation d'un vignoble pour les Domaines Barons de Rothschild dans le Shandong. Pendant mes années d'enquête afin de comprendre l'engouement soudain des Chinois pour le vin, je n'ai cessé de circuler entre la France et la Chine, je n'ai cessé de croiser Gérard, au gré de ses contrats dans différentes régions chinoises. Il a été pour moi un observateur privilégié du développement de la consommation et de la production du vin en Chine. Au fil des séjours et des soirées passées ensemble à parler de vin, de la Chine, de la transformation de la France et du sens de l'existence, nous sommes devenus amis.

Cet hiver 2017, Gérard venait d'arriver en France avec son amie chinoise. Ce court séjour dans son pays natal devait le mener jusqu'à Marseille, pour y découvrir la première version du montage de mon film

documentaire *Château Pékin*, dont il est l'un des personnages principaux. Finalement, son chemin s'est arrêté là, quelque part dans les faubourgs-d'Angers, au milieu des vignes. Au petit matin, après une dégustation chez un ami vigneron, Gérard s'est effondré de son mètre quatre-vingt-dix, le 8 février, à l'âge de soixante-quatorze ans. Pour un passionné de vin, c'est une belle mort, même si elle a été précoce, brutale et douloureuse pour son entourage. C'est une belle mort pour le bon vivant qu'il aimait être, même si ce n'est pas la fin qu'il avait envisagée. Il m'avait confié son souhait d'être enterré à Mulangou, ce village chinois à propos duquel il aimait dire qu'il y avait transmis son savoir-faire en sculptant la montagne avec des paysans chinois pour donner naissance au vignoble de Lafite.

Après avoir déposé mes bagages à l'hôtel situé au centre du village, je m'arrête au bar-tabac d'en face pour boire un verre et me donner du courage avant de rencontrer la famille de Gérard. Des ouvriers viticoles qui viennent d'achever leur journée sont accoudés au comptoir pour le traditionnel apéro et discutent avec les patrons du troquet. Tout ce petit monde me toise et se demande ce que je peux bien faire ici. J'engage la conversation, car je suis à la recherche de piles. L'un d'eux m'explique que je ne trouverai pas de magasins à proximité, qu'il n'y a ni commerce, ni boucherie, ni boulangerie, tous ayant été remplacés par des hôtels, des restaurants et des boutiques de vins. Il ajoute : « C'est devenu inabordable, plus personne n'habite ici. » Eux-mêmes vivent aux alentours, et leurs regrets de la vie d'avant, d'un monde de proximité et d'interconnaissance, viennent faire écho à la « fin du village français » décrite par Jean-Pierre Le Goff¹. Il faut se rendre à la sortie du village pour trouver la seule supérette.

Je leur explique la raison de ma présence, mais personne ne connaît personnellement Gérard : « Ah oui, j'ai vu dans le journal, c'est lui qui est parti chez les Chinois ! » Certains semblent comprendre qu'un des leurs soit allé aussi loin pour tenter sa chance. L'un d'eux confie : « Ici, c'est dur d'avoir des perspectives. Nous sommes de petits salariés, avec des propriétaires que l'on connaît parfois à peine, car ils habitent ailleurs. Le prix du foncier est devenu inabordable, et nos enfants n'ont pas forcément envie de rester dans le coin : ils savent qu'ils ne pourront pas acheter une

maison ou des terres. » Il y a aussi le camp de ceux qui pensent qu'il aurait dû rester et ne pas s'aventurer si loin. Je paie ma tournée et m'excuse de devoir les quitter. Il est temps d'aller rendre visite à la famille Colin.

En marchant vers sa petite maison perchée sur les hauteurs du village, je me remémore les nombreuses soirées passées avec Gérard à discuter de l'implantation du vin en Chine, des transformations de la France viticole et de la dépendance croissante de notre pays à l'égard de la Chine. À travers le destin de Gérard, je me suis intéressé à ces millions de compatriotes qui s'expatrient dans l'espoir d'un destin meilleur loin de l'Hexagone. Il n'y a jamais eu autant de Français vivant à l'étranger, ils sont très nombreux à Hong Kong et dans les grandes villes chinoises. Les chiffres varient selon les sources, mais ils seraient plus de 5 millions à vivre en dehors des frontières nationales, dont plusieurs milliers en Chine.

Gérard était né à Madagascar, où son père a servi pendant plusieurs décennies dans l'administration coloniale. La famille Colin rentre en France alors que Gérard est âgé de huit ans. Son père, d'origine lorraine, rêve d'un lieu pour poser ses valises et enraciner sa famille dans un projet terrien. En 1962, il trouve finalement un domaine viticole à Saint-Émilion. Gérard grandit avec ses deux sœurs au château Teyssier, qui est alors une ferme en polyculture avec des vignes, mais aussi des productions céréalières et des vaches. À cette époque, tout le monde prend conscience que le vin devient plus rémunérateur, et Saint-Émilion voit peu à peu s'imposer la monoculture viticole. Gérard fait des études d'œnologie et travaille dans un premier temps auprès de son père. Celui-ci meurt prématurément, et des mésententes avec ses deux sœurs obligent Gérard à vendre le domaine en 1979 à des Australiens. Après tant d'années, il me parlait encore de cet épisode comme d'une blessure ouverte.

Gérard est alors contraint d'abandonner le château Teyssier pour mener une longue carrière dans le négoce bordelais. Il travaille notamment pour la société Dourthe Kressmann, puis pour Edmond de Rothschild, auprès de qui il contribue à redorer le blason de Château Clarke. Gérard connaît très bien « la place », comme on dit à Bordeaux, ce monde du vin bordelais marqué par le poids des négociants. Mais il s'y est toujours senti marginal, éprouvant à son égard un sentiment ambivalent d'attraction et de rejet.

En 1997, une page inattendue de sa carrière s'ouvre : il commence à être sollicité par des Chinois en qualité de consultant et, après deux ans de missions sporadiques, il décide de s'installer en Chine. Pendant plus de quinze ans, Gérard est l'un de ces *flying winemakers* – « œnologues volants » qui dispensent leurs conseils dans le monde entier – français qui s'expatrient pour donner des conseils sur l'implantation de la vigne dans des pays lointains sans culture viticole. Il s'impose comme un acteur de la nouvelle fièvre chinoise pour le vin. Il travaille dans les différentes régions viticoles du Xinjiang, du Ningxia et du Shandong, et devient un observateur privilégié de l'émergence d'une puissance vinicole. En quelques années, l'empire du Milieu va incorporer dans sa réalité sociale des cépages, des techniques, du matériel, des hommes et des femmes, pour s'imposer, en 2020, comme l'un des vignobles les plus importants au monde, avec une superficie de près de 900 000 hectares. Le phénomène est rapide, presque brutal, pour le monde vinicole.

Lors de ce dernier séjour à Saint-Émilion, en juin 2015, Gérard était heureux de revenir dans son village pour recevoir un prix. Il prenait plaisir à nous décrire « son » Saint-Émilion en se promenant de ruelle en ruelle. Il en parlait néanmoins comme d'un monde qui n'était plus, ou qui était en train de disparaître. Il s'amusait à donner son point de vue sur la transformation de Saint-Émilion en parc touristique, sous la houlette de son puissant syndicat viticole et de son incontournable président, Hubert de Boüard, le propriétaire de Château Angéhus. Il expliquait à son patron chinois que, désormais, toute l'activité de la région était tournée vers la monoculture viticole, avec un prix du foncier délirant – plusieurs centaines de milliers d'euros l'hectare –, et vers l'accueil de milliers de touristes qui ne venaient passer que quelques heures dans le village.

Saint-Émilion était en ébullition. Ce week-end de printemps était particulièrement animé, avec différentes manifestations organisées autour de Vinexpo Bordeaux, qui était inauguré cette année-là par le président de la République, François Hollande. Le même jour, la Jurade de Saint-Émilion, la confrérie des vins, organisait une grande cérémonie d'intro-nisation sous l'égide d'Hubert de Boüard. Le premier jurat était, depuis 2011, un ardent acteur de la transformation du Bordelais et de Saint-

Émilien, ce qui lui valait quelques critiques et problèmes judiciaires. Il ne ménageait pas ses efforts pour resserrer les liens avec la Chine et développer un nouvel œnotourisme de grande ampleur.

Alors que nous cheminions à proximité de l'église, de puissantes berlines et de vieux cabriolets se sont garés tout autour. Des personnes en tenue de gala ont convergé vers le sanctuaire. Chen a pensé que nous étions arrivés là où aurait lieu la remise de son prix et a reproché à Gérard de ne pas lui avoir dit qu'il fallait être sur son trente et un. Devant le perron, une foule de badauds observait l'arrivée des quatre-vingts jurats vêtus d'une toge rouge, affublés d'une hermine blanche sur les épaules et coiffés d'un chapeau rouge. Les invités, venus du monde entier, allaient bientôt être intronisés et participeraient ensuite à un dîner préparé par Alain Passard, chef du restaurant trois étoiles parisien l'*Arpège*.

Lorsque Julie Gayet est sortie d'une voiture, les badauds se sont rapprochés et ont dégainé leurs smartphones. Les journalistes se sont pressés pour photographier la star de la journée. La compagne du président Hollande deviendrait dans quelques instants la nouvelle ambassadrice des vins de Saint-Émilien.

Gérard semblait presque ignorer que notre présence à Saint-Émilien se télescopait avec cette intronisation. Comme Chen souhaitait assister au spectacle, Gérard a fendu la foule et tenté de pénétrer dans l'église. Il a été refoulé, car il n'avait pas d'invitation. Il a reconnu une vieille connaissance qui faisait partie de l'organisation et lui a demandé si nous pouvions entrer : « Désolé, Gérard, je ne peux rien faire, tu ne peux pas entrer, je suis désolé. Nous avons des recommandations très strictes, il y a la compagne du président, tu sais, les choses ont changé. »

D'autres comédiens, telle Michèle Laroque, mais aussi des politiques comme François Baroin ou des sportifs se sont engouffrés dans l'église, où ils seraient intronisés quelques instants plus tard. Nous frôlions l'incident diplomatique, car Chen a aperçu quelques Chinois qui allaient également être honorés, et il ne comprenait pas pourquoi il n'avait pas été invité. Il a demandé des explications à Gérard.

Finalement, nous nous sommes éloignés de cette société prestigieuse que Gérard avait un temps côtoyée et qu'il avait quittée avec un sentiment mitigé. Nous avons pris la voiture pour nous retrouver à quelques kilomètres du village, dans un domaine viticole moderne, propriété d'un

millionnaire belge organisateur de ce mystérieux prix européen. Nous étions loin du faste du village, et la remise du prix s'est apparentée à une forme de mascarade. Tout le monde cherchait à ne pas perdre la face, valeur si importante dans l'univers social chinois, et Chen cachait difficilement sa déception.

Ce matin du 12 février 2017, Saint-Émilion est calme, et Gérard n'aura pas droit aux fastes et aux derniers hommages de la petite société saint-émilionnaise pour ses obsèques, malgré les efforts de toute une vie pour mettre en avant les vins de Saint-Émilion. Le village est silencieux, les premiers cars de touristes ne sont pas encore arrivés : personne donc pour remonter les rues pavées et s'engouffrer dans les boutiques de vins. Il n'y aura pas de cérémonie religieuse, et la famille m'a donné rendez-vous à quelques kilomètres de là, au crématorium de Montussan.

Nous attendons sur le parking, au milieu des voitures, que la cérémonie précédente s'achève. Dans l'assemblée clairsemée, les proches – sa femme, sa fille, son fils et son petit-fils –, ainsi que quelques fidèles. Il y a aussi quelques amis qui ont rythmé son parcours de vie, comme son voisin vigneron Alain Vauthier, propriétaire d'un des quatre grands crus classés A de Saint-Émilion, le célèbre Château Ausone, ou Michel Gracia, son ami de toujours, tailleur de pierre devenu vigneron sur le tard et qui a développé un vin de garage à la renommée mondiale. Visiblement très ému, Chen, le patron de Gérard, a fait le déplacement depuis la Chine et observe la cérémonie, qui ne lui semble pas être à la hauteur du personnage qu'il a connu.

Gérard Colin n'est pas le premier à avoir quitté son pays pour diffuser le mondialement célèbre savoir-faire français. Après l'Australie, l'Argentine, l'Afrique du Sud et les États-Unis, c'est un village chinois du Shandong qui a vu naître un paysage viticole. Au cours de l'histoire, Bordeaux a bénéficié de son ancrage sur la façade maritime française pour développer des relations privilégiées avec l'Angleterre, puis les États-Unis. Aujourd'hui, de très nombreux clients sont chinois, et Bordeaux vit à l'heure chinoise.

À quelques kilomètres de l'ancienne propriété de Gérard, une célèbre actrice chinoise, Zhao Wei, a racheté le château Monlot. Un peu plus loin, c'est l'entrepreneur Jack Ma, le fondateur du géant de l'e-commerce Alibaba, qui vient lui aussi d'acquérir son troisième domaine et affiche l'ambition de transformer son château de Sours en un petit Versailles viticole.

Cette présence chinoise soudaine suscite des enthousiasmes mais aussi des inquiétudes, relayées par de nombreux articles de la presse régionale et nationale. Le célèbre écrivain Philippe Sollers, ancien compagnon de la revue maoïste *Tel Quel*, a bien changé. Il ne voit plus dans la révolution culturelle chinoise l'espoir d'un monde meilleur. Il est même devenu le chantre du protectionnisme et de l'identité française, et en appelle à la préservation du passé et de la tradition. Il prolonge l'imaginaire de la perte, partagé par une partie de l'opinion. Dans une chronique du *Journal du dimanche*, il a déclaré : « Mais que vois-je soudain ? Les Chinois ont envahi les environs de Bordeaux, achètent des châteaux, se passionnent pour les crus locaux et les importent en masse². » Il a même écrit au maire de Bordeaux pour lui demander d'intervenir afin de protéger le patrimoine français. Un des nouveaux propriétaires souhaite changer le nom de son château pour le rebaptiser « Lapin blanc ». Impensable : des vins français faits par des Chinois ? L'écrivain, un brin franchouillard, oublie le passé et l'arrivée des Anglais, qui ont (re)baptisé de nombreux châteaux. Il omet de prendre en compte une partie de la réalité et d'évoquer ces Français qui font du vin dans le monde entier, notamment en Chine.

Un peu plus bas dans le village, le propriétaire de Château Angélu, Hubert de Boüard, n'est pas du tout de cet avis. Il se réjouit même de cette évolution. Le dynamique président de la Jurade se prépare depuis des années à accompagner la nouvelle phase de la mondialisation du vin. Il a compris le rôle déterminant de l'image et de l'imaginaire pour construire une notoriété mondiale. Il a lourdement investi pour placer son Angélu dans des *James Bond*. Il a entrepris de grands travaux pour transformer sa propriété, avec l'installation d'un nouveau parking pouvant recevoir les cars de touristes chinois. Il a doté son nouveau chai ultramoderne d'un

clocher électronique carillonnant les hymnes nationaux à l'arrivée des flux touristiques de plus en plus importants dans son petit village, désormais classé au patrimoine mondial de l'Unesco.

Mais revenons à Gérard. Après la cérémonie, chacun regagne rapidement son véhicule en regrettant qu'elle ait été aussi expéditive. Nous repartons tous avec nos interrogations, et j'ai les miennes.

S'interroger sur ce qui a poussé ce natif de Saint-Émilion à s'expatrier conduit à prendre en compte un vaste processus historique en train de rapprocher l'Europe de la Chine. Les Chinois se sont mis à boire du vin et leur engouement plonge la France, longtemps premier producteur mondial, dans une nouvelle réalité faite d'interdépendances inédites avec la Chine. La commercialisation des vins fins français est traditionnellement liée à des marchés étrangers, comme l'Angleterre ou les États-Unis. Le début du XXI^e siècle se caractérise par un déplacement massif des ventes vers l'Asie. Ce phénomène met soudainement en relation étroite une partie de la société française avec une culture chinoise largement méconnue. Les univers du goût s'élaborent sur des lieux organisés, avec des écrits et des outils fabriqués par l'intermédiaire d'acteurs qui s'y déploient. Des contacts multiples se nouent entre des producteurs et des consommateurs que j'ai côtoyés tout au long de cette enquête.

Je ne suis pas sûr de fournir toutes les réponses, même si Gérard et les nombreuses personnes que j'ai rencontrées pendant toutes ces années m'ont confié quelques explications. Bordeaux a été marqué par ses échanges avec le monde anglo-saxon, qui se matérialisent encore par la toponymie de quelques propriétés, par les noms à consonance britannique de certaines familles de négociants de « la place bordelaise ». Désormais, cette nouvelle mobilité vers l'Asie se distingue par une coprésence inédite lors d'autres cycles de mondialisation : des Chinois en France et des Français en Chine produisant du vin. Gérard a été entraîné dans le tourbillon des évolutions d'un monde qui ne sera plus jamais le même. À travers l'histoire de ce vigneron expatrié, on peut entrevoir les mutations qui s'annoncent dans de nombreux domaines de la vie sociale.

Le désir de vin est une invitation plus générale à s'interroger sur un vaste processus de mondes sociaux qui souhaitent de plus en plus consommer, accumuler des produits lointains et en fabriquer d'autres qu'il faudra expédier à l'autre bout du monde. Les liens d'interdépendance croissants entre Français et Chinois à travers le vin en sont une des illustrations et concernent tous les citoyens français, car le vin est loin d'être une simple marchandise dans la culture française et européenne. L'évolution de sa consommation et de sa production a des implications multiples : sur la conception du rapport au temps, sur le lien à la nature et la manière de la domestiquer, sur la façon d'envisager des conduites sociales, sur le goût, sur la propriété...

Bref, Château Pékin n'est pas un domaine viticole, mais l'allégorie d'un monde social structuré par une intensification sans précédent de la circulation des individus, des idées et des marchandises. Une question se pose : dans quel monde commun vivons-nous déjà avec les Chinois sans le savoir ?

1 Le lecteur trouvera les références détaillées des livres cités au fil du texte dans la bibliographie de fin d'ouvrage.

2 *Le Journal du dimanche*, 1^e avril 2012 (<https://www.lejdd.fr/Chroniques/Philippe-Sollers/Le-journal-du-mois-de-Philippe-Sollers-499178>).

OceanofPDF.com

Un nouvel engouement

Le 15 décembre 2011, je suis invité par une entreprise française à une dégustation de prestige de grands crus à Paris. À cette époque de l'année, la capitale est tout illuminée par les décorations de Noël, il fait froid, mais l'ambiance est chaude à proximité des Champs-Élysées. De grosses berlines noires se succèdent pour s'arrêter au niveau du Petit Palais. Des femmes en robe de soirée et talons aiguilles, des hommes en cravate ou nœud papillon gravissent lentement les marches du musée de la Ville de Paris, privatisé pour la soirée. Peu s'expriment en français, on entend parler russe, anglais, chinois et encore d'autres langues. En investissant le lieu, Philippe Capdouze, l'organisateur de l'événement, a voulu marquer les esprits pour fêter les vingt ans de sa société.

Ce soir-là, sous le plafond d'or de l'édifice, je suis plongé dans l'univers des vins fins, et l'atmosphère est plutôt à l'euphorie, compte tenu de la flambée mondiale des prix. Dans la grande salle, les anges au plafond observent le fourmillement de ces hommes d'affaires venus ici pour boire du vin. Ils sortent des bureaux des quartiers d'affaires et se pressent autour des stands pour goûter les nectars si convoités. Banquiers, assureurs, entrepreneurs échangent avec des businessmen étrangers venus spécialement pour l'occasion : partager une même passion pour quelques flacons hors de prix.

Les codes sont singuliers. Je suis l'un des seuls à ne pas porter de cravate, au milieu de ces invités qui se frôlent pour se frayer un chemin jusqu'à la dizaine de stands de dégustation. « Les plus grands médoc »,

« les plus grands bourgogne », « les plus grands côtes-du-rhône » sont servis par des sommeliers reconnaissables à leur tablier noir et à leur visage buriné par des décennies de dégustation. Il y a bien un ou deux domaines italiens, un vin blanc allemand de chez Egon Müller, mais les grands crus sont majoritairement français. Après quelques verres, les corps se détendent, les cravates se dénouent et les langues se délient, le volume sonore monte dans le Petit Palais. Autour du stand du domaine de la Romanée-Conti, la foule s'est densifiée, les connaisseurs espèrent boire quelques gouttes d'une Romanée-Saint-Vivant ou d'un La Tâche, ces vins si prisés produits en Bourgogne à seulement quelques milliers de bouteilles. Aubert de Villaine, le propriétaire, est là en personne pour les servir. Ces gens sont probablement des amateurs de vin, mais ils sont surtout avisés et connaissent le prix et la rareté de ces nectars mondialement convoités. Les dernières enchères à Hong Kong ont battu tous les records, et certaines de ces bouteilles se sont vendues plusieurs dizaines de milliers d'euros.

Depuis quelques années, les grands vins français connaissent une flambée des prix, et l'engouement récent des Chinois y participe. Certains de mes interlocuteurs évoquent même une pénurie transformant ces bouteilles en biens rares. C'est une élite non plus seulement occidentale (européenne, américaine), mais mondiale qui s'arrache ces flacons : Russes, Chinois et même Émiratis rivalisent pour acquérir les bouteilles les plus rares. Au hasard des tables, je commence une discussion avec des propriétaires. Ils parlent d'une période historique, exceptionnelle, cette nouvelle phase de globalisation est considérée comme une aubaine avec un potentiel d'enrichissement considérable. La Chine semble être le nouvel eldorado avec ses dizaines de milliers de millionnaires qui se sont mis à boire du vin. Quelques-uns de ces amateurs sont d'ailleurs là, ce soir.

Dans la foule des dégustateurs, Philippe, l'organisateur, confirme que ses meilleurs clients viennent de Russie, de Dubai, de Singapour, de Hong Kong, de Tokyo, de Séoul et de plus en plus de Chine. Il me confie non sans fierté que plusieurs jets privés sont arrivés ce soir au Bourget spécialement pour l'événement. Il y a parmi cette population fortunée quelques femmes à la toilette distinguée qui sont surtout là pour accompagner les amateurs de vin. Il ajoute : « Je t'avertis, ces gens sont

très discrets, ils n'aiment pas les photos. Pour certains, c'est un mode de vie, ils sont issus de grandes familles immensément riches, ils n'ont rien à prouver et ne veulent pas s'afficher. D'autres viennent accompagnés et veulent qu'on leur foute la paix. »

Le décor est planté. Nous sommes loin d'un monde médiatique où l'on s'exhibe dans la presse people. La retenue et la discrétion sont de rigueur, et me voici immergé dans un monde social presque invisible, ou en tout cas inconnu du grand public. Une partie des invités s'apprête à poursuivre la soirée au *Pavillon Ledoyen*, le restaurant jouxtant le Petit Palais. Les meilleurs clients participent à un repas de prestige arrosé des plus grands vins, en présence des propriétaires. À quelques mètres de moi, une ravissante jeune Asiatique en robe de gala s'effondre. Un serveur se risque à une explication : « Elle est probablement victime du syndrome de Stendhal. La beauté du lieu, le bon vin, les lumières de Paris, c'est trop, elle a tourné de l'œil... ou alors elle a goûté du fromage pour la première fois de sa vie et elle n'a pas supporté. »

Je croiserai souvent Philippe au cours de mon enquête, la plupart du temps à Hong Kong (qui est devenu l'une des grandes capitales du monde du vin). Son histoire personnelle est révélatrice du déplacement du marché des vins fins vers l'Asie. Philippe a grandi dans l'agglomération bordelaise, entourée de vignes, sans faire partie du monde viticole qui lui semblait inaccessible. Il a toujours fait preuve de détermination dans ce qu'il a entrepris. Il a commencé par briller sur les courts de tennis, où il a frôlé le classement des meilleurs joueurs français, mais a préféré poursuivre des études à Paris. Une première formation d'œnologie en poche, il a décidé de faire un troisième cycle en finance à Dauphine. Il a donné des cours de tennis à Roland-Garros pour financer sa nouvelle vie parisienne. Il me raconte : « Parmi mes élèves, j'avais pas mal de grands patrons qui voulaient faire des cadeaux d'entreprise et qui ne trouvaient pas de grands vins, car il n'y a pas de vente directe à Bordeaux, où le marché est tenu par les négociants. Ils me chargeaient de leur en trouver. J'ai démarré comme ça mon entreprise. J'ai compris que le vin faisait rêver. Après les cadeaux, j'ai proposé des dîners qui permettaient un contact direct entre les propriétaires et leurs clients. J'ai compris que la dégustation de vin, c'est offrir une expérience, et il faut qu'elle soit unique pour créer du lien entre les gens. » Philippe a créé son entreprise et s'est

spécialisé dans ce que l'on appelle le *corporate hospitality* (l'organisation de soirées ou d'activités conviviales dans le cadre de l'entreprise) en s'appuyant sur le vin.

« À l'époque, je n'avais pas d'argent et c'était impossible pour moi d'avoir du stock. Peu à peu, ce sont les châteaux qui m'ont demandé de prendre le statut de négociant, et on a commencé à vendre leur vin à cette clientèle au pouvoir d'achat XXL. Nos membres sont des gens qui ont un intérêt assez fort pour le vin et qui ont plaisir à partager un moment d'exception avec un producteur. Il y a vingt-cinq ans que j'utilise le vin comme élément de réunion. » Son *business plan* prend forme progressivement et il étend très vite son réseau : « Aujourd'hui, 99 % de ma clientèle est étrangère. Il y a d'abord eu la France, puis les États-Unis, mais j'ai vite vu l'importance que l'Asie allait prendre. L'intérêt de Hong Kong et de Singapour date des années 1990, mais la Chine n'est arrivée qu'en 2008. On a vu affluer massivement les Chinois en mars 2010, au moment des primeurs à Bordeaux. »

Le marché des grands crus n'est pas un marché comme les autres. Bordeaux a historiquement assuré son prestige mondial en partie grâce à un système très particulier de vente. Philippe m'explique : « Il y a deux systèmes pour vendre les grands vins en France. À Bordeaux existe un pool de négociants que l'on appelle "la place". Ces familles de négociants sont très puissantes, et il faut y être bien implanté pour avoir le droit de vendre leurs grands vins. »

Un domaine ne pouvant pas satisfaire toutes les demandes de ses clients, il répartit sa production entre ses négociants en fonction des relations établies et de leurs résultats, c'est ce qu'on appelle une « allocation ». En dehors de Bordeaux, tout se fait via un distributeur exclusif, un agent représente un domaine pour un pays donné. Philippe a peu à peu compris que son entreprise pouvait occuper un segment dans ce milieu sans bousculer l'ordre établi : « Je ne voulais pas parasiter le système, et je dis souvent que nous sommes un peu comme Monaco, sauf que nous n'avons pas de frontières, mais seule une certaine catégorie de personnes peut profiter de ces nectars. J'exporte 100 %, dont 80 % en Asie aujourd'hui. Du coup, je me suis installé avec ma famille à Singapour pour me

rapprocher de ma clientèle, découvrir sa culture, et aussi pour un choix de vie. C'est marrant, mon père a été administrateur colonial à Madagascar et moi je prends le chemin de Singapour. »

Philippe et sa société sont devenus experts dans l'art d'avoir accès à un bien très rare, comparable à d'autres objets précieux et luxueux. Mais à la différence d'un bijou, d'une étoffe, d'un tableau ou d'une voiture, le vin est un produit alimentaire qui peut se dégrader. Philippe précise : « Nous devons donc assurer toute la chaîne de confiance, qui va de la production au transport et à la commercialisation. Je dois être capable de certifier chaque bouteille à mes clients. J'achète directement au producteur et je propose donc en majorité de jeunes millésimes. Je n'achète jamais au second marché ou aux enchères, car trop de faux circulent. »

Dans la foule du Petit Palais, Philippe me présente un de ses clients qui vient d'arriver de Hong Kong. Je lui fais goûter le vin de Yannick Champ, vigneron à Nuits-Saint-Georges et gérant du domaine Prieuré Roch. L'amateur chinois m'explique : « J'ai soixante-douze ans, j'ai découvert récemment la passion du vin. J'ai rencontré Philippe et expérimenté ses dîners où on rigole, on goûte... Et surtout, j'apprends. Je garde ma curiosité intacte et j'adore découvrir les vins, les villages, les hommes et les femmes qui font cette boisson. Ma société fabrique des montres en Suisse et j'ai la plus grande société de vente de montres en Chine. Au départ, je ne comprenais pas pourquoi Philippe ne pouvait pas avoir de vieux millésimes. J'en ai acheté un grand nombre aux enchères à Hong Kong, et maintenant je m'aperçois que j'ai acquis beaucoup de vins qui ne se boivent plus très bien. J'ai probablement acheté des faux et donc je comprends mieux Philippe qui veut garantir la provenance des vins. »

Philippe a construit un rapport de confiance avec sa clientèle, il est très apprécié. Il commente son exil à l'étranger : « J'ai découvert une Asie avec sa diversité, ses subtilités, alors qu'en France j'avais tendance à mettre un peu tous les Asiatiques dans le même sac... Quelle erreur ! Ce n'est qu'en étant sur place, en vivant avec eux, que j'ai affiné mon regard. »

Pour nouer des contacts, le vin se révèle être un vecteur très puissant, et Philippe, qui assiste à des dizaines de dégustations par an, résume : « Dans le milieu, on répète souvent que, dix ans après, on se rappelle rarement les vins que l'on a bus, parfois le millésime, mais on se souvient toujours des

gens avec qui on les a partagés. Le vin comporte cette magie. » Philippe n'a pas le sentiment de travailler, et beaucoup de membres de son club sont devenus des amis. Ce petit groupe issu d'une élite mondiale est souvent constitué de familles avec des enfants qu'il faut éduquer et qui voyagent. Philippe se considère aussi comme un transmetteur de l'esprit du vin français : « Nous organisons pour eux des voyages en France. Certains membres sont devenus amis et voyagent ensemble pour tester les grandes tables parisiennes ou visiter les châteaux bordelais, les villages bourguignons, ou encore aller découvrir la splendeur de la truffe blanche d'Alba. Ces gens-là cherchent de l'unique, de l'exceptionnel dans nos campagnes, et certains finissent par faire des affaires dans le monde entier. »

Il s'agit effectivement d'une clientèle de niche, et aussi d'un groupe social en formation, relativement restreint, mais très influent sur les évolutions du monde. Philippe a bien quelques clients français, mais ceux-ci résident souvent à l'étranger : Rio, Genève, Londres, Singapour, Dubai, Hong Kong, Pékin, Shanghai, New York... Sa clientèle vit dans ces « villes globales » où se concentrent de nos jours des richesses colossales. Aux yeux de cette élite, le vin est un produit rare qu'on acquiert comme un signe de distinction. Pour devenir membre de son club, il faut acheter 300 000 euros de vin la première année, mais surtout être coopté. Il ajoute : « Pour nous, Français, c'est énorme ; pour mes clients, c'est un budget marginal dans leur vie. »

Philippe a fait du chemin depuis Roland-Garros et ses vingt ans. Il est fier de la réussite de sa société devenue internationale, qui emploie plus d'une cinquantaine de personnes à Paris et dans ses bureaux installés aux quatre coins du monde. Son siège est désormais à Singapour et affiche un chiffre d'affaires de plus de 30 millions d'euros. Philippe de Singapour nous dit quelque chose de la France qui se transforme et des Français qui, comme lui et Gérard Colin, se projettent, partent à l'aventure dans un monde globalisé.

Le goût se transforme avec l'évolution des consommateurs. Dans les années 1980, les vignerons français ont largement transformé leurs méthodes œnologiques au contact d'un marché américain omniprésent. Un marché réclamant des vins plus puissants, des vins plus boisés, des étiquettes plus simples. Le film documentaire franco-américain

Mondovino, de Jonathan Nossiter (2004), résumait bien comment l'importance du marché américain risquait d'entraîner un processus d'uniformisation du goût.

Ce soir-là, à Paris, le petit monde du vin n'y pense plus et s'interroge surtout sur l'émergence fulgurante de la Chine. Tous scrutent le goût chinois, car l'enjeu est de taille pour conquérir un marché gigantesque qui fait saliver bon nombre de vignerons. Il semblerait que le vin bénéficie d'un statut particulier dans l'univers de la mondialisation et fasse l'objet d'une conquête au même titre que le pétrole ou l'or en d'autres temps.

OceanofPDF.com

Hong Kong connecting people

À partir de 2012, je passe chaque année deux mois en Chine pour observer de plus près cette soudaine ruée vers le vin. En mai, je commence mon premier séjour par Hong Kong, qui, depuis l'ouverture de la Chine, s'est imposé comme un des centres névralgiques de l'économie mondiale du vin. Hong Kong, Singapour et Taïwan sont les trois territoires qui ont joué historiquement un rôle majeur dans la pénétration de la culture occidentale dans la République populaire de Chine. Dans quelques jours, je vais assister à Vinexpo Asia-Pacific, l'un des salons du vin les plus importants au monde. Cette foire internationale, qui se tient traditionnellement au parc des expositions de Bordeaux, se délocalise depuis 1998 une année sur deux dans l'ancienne colonie britannique, pour accompagner l'enthousiasme croissant venu d'Asie.

Pendant quelques jours, des milliers de professionnels du vin venus du monde entier vont converger tous les matins vers le Convention and Exhibition Centre. Ce parc des expositions ultramoderne trône majestueusement au centre de Hong Kong Island, sur les quais de Victoria Harbour. Il incarne la puissance marchande de la ville, qui dispose d'un dispositif urbain extrêmement sophistiqué dédié à l'accueil international. Si Hong Kong ne produit rien, il a construit sa puissance sur sa capacité à organiser la circulation de marchandises et de produits financiers, avant de se spécialiser dans une forme particulière de transit : celui d'hommes et de femmes d'affaires du monde entier venus commercer quelques jours.

Hong Kong est tout particulièrement réputé pour ses foires internationales et s'appuie sur toute une économie de services afin de faciliter ce type de connexions cosmopolites.

En arrivant à l'aéroport ultramoderne, je fais très vite l'expérience de ce savoir-faire. En quelques minutes, j'ai franchi sans visa la douane. Des hôtesses parlant plusieurs langues facilitent l'orientation de la foule de passagers arrivant de différentes destinations. J'emprunte le métro qui se trouve à l'intérieur de l'aéroport. Il traverse à grande vitesse un espace urbain à la densité incroyable, coincé entre la mer et les collines. Des centaines de tours plus hautes les unes que les autres défilent sous nos yeux. Elles entourent l'immense port où des millions de conteneurs sont stockés sur de gigantesques quais en perpétuelle activité. Des dizaines de grues chargent ces boîtes en fer aux couleurs multiples sur des bateaux prêts à déverser sur le monde toutes sortes de marchandises. Le métro me laisse au cœur de Hong Kong Island, à la station Central, qui est connectée à un réseau fluide de couloirs et d'escalators climatisés menant à des centres commerciaux, des restaurants et des hôtels non loin du Convention Centre. Le dispositif urbain cherche à créer un sentiment de familiarité avec des magasins de grandes marques présents aussi bien à Paris ou à Londres qu'à New York. Certaines enseignes diffusent même des parfums pour que les clients associent une odeur aux vêtements qu'elles vendent. Les Occidentaux peuvent manger et boire dans des restaurants proposant une cuisine « française », « italienne » ou « continentale ». L'objectif consiste à leur offrir un univers rassurant tout au long de leur court séjour, sans qu'ils soient obligés de se risquer dans les rues de la ville, où se mêlent toutes sortes de restaurants et de boutiques asiatiques.

Dans le métro, je reconnais Anne Cusson, attachée de presse de Vinexpo, au milieu d'un joyeux groupe de Français. Un vigneron l'interpelle : « En France, je ne prends jamais le métro. Ici, c'est facile, propre et sécurisé... Et pourquoi Vinexpo Bordeaux ne s'inspirerait pas de Hong Kong ? À Bordeaux, on passe notre temps dans les bouchons pour arriver au parc des expositions qui est en banlieue, puis le soir il faut revenir à notre hôtel et dîner en centre-ville ! »

Arrivé à la station Central, je salue ce petit monde que je retrouverai dans quelques jours. Les uns et les autres gagnent rapidement leur hôtel d'une grande chaîne mondiale qui se trouve à proximité du Convention

Centre.

Pour ma part, compte tenu des prix exorbitants, je séjourne dans une atmosphère bien différente de celle de la vitrine marchande et dynamique de Hong Kong. J'ai trouvé un petit hôtel situé dans une impasse sombre, derrière le quartier Causeway Bay, où je loge dans une chambre minuscule et sans fenêtre. Cet établissement est fréquenté par d'autres de ces fourmis de la globalisation qui assurent la circulation des marchandises. Il y a essentiellement des marins philippins qui sont en attente de trouver un armateur-employeur, prêts à repartir pour plusieurs mois sur un des immenses porte-conteneurs que j'ai aperçus en arrivant.

Avant mon départ, je me suis plongé dans différents livres pour essayer de comprendre un peu mieux le rôle de cet étrange territoire qu'est Hong Kong, à la frontière entre l'univers occidental et le monde chinois. Avant de devenir une plaque tournante de l'économie du vin, le territoire de Hong Kong a toujours bénéficié d'un statut particulier qui lui permettait de faciliter les échanges commerciaux entre des univers sociaux différents. Ce site a historiquement servi aux Anglais pour faire transiter dès le ^{xvi}^e siècle des marchandises entre l'Europe et la Chine. Cette île de quelques kilomètres carrés a été un passage stratégique par la rivière des Perles vers Guangzhou (Canton). Si les marchandises européennes s'y vendaient assez mal, les commerçants occidentaux repartaient surtout avec des marchandises chinoises, très prisées en Europe. (Il faudra attendre le ^{xix}^e siècle pour qu'apparaisse une nouvelle monnaie d'échange très appréciée des Chinois : l'opium. Cette « boue des barbares », comme disaient les Chinois, était alors cultivée dans l'Inde britannique. L'empereur décida rapidement d'en interdire la consommation car elle provoquait des ravages dans son pays.) En 1898, la Chine octroie un bail de quatre-vingt-dix-neuf ans aux Anglais, le rocher presque désert ne comptant alors que 200 000 habitants. Ce territoire devient vite le domaine des *taïpan* (commerçants), dans un système social ségrégationniste qui séparera longtemps Chinois et Anglais.

Au ^{xx}^e siècle, Hong Kong se transforme en une ville globale aux multiples buildings. Il renforce son rôle de port franc entre l'Occident et l'Asie, entre le monde capitaliste et le monde communiste, mais devient aussi une place financière de premier plan, ce qui a fait dire à Milton

Friedman, l'économiste libéral américain : « Si vous voulez comprendre la mécanique capitaliste, observez Hong Kong. » De grandes entreprises commerciales s'y installent, telles la compagnie Jardine-Matheson ou la banque HSBC. Peu à peu, un univers cosmopolite émerge, mêlant Hongkongais et Britanniques, alors que la Chine, désormais communiste, se ferme à la présence étrangère. Des formes de sociabilité typiquement anglaises se développent sur l'île, comme les clubs, qui s'ouvrent peu à peu aux Hongkongais. C'est dans cet univers élitiste, avec ses cercles fermés, que la diffusion du vin atteint Hong Kong, dès le début du xx^e siècle.

Dès lors, Hong Kong n'est plus seulement un port de transit de marchandises, il s'impose comme un lieu stratégique de la globalisation, et toutes les grandes banques américaines, anglaises, françaises et chinoises s'y implantent pour convertir les échanges commerciaux en monnaie, puis en valeur. L'île accueille un monde occidental capitaliste qui, pour agrandir ses marchés, vient à la rencontre du monde chinois post-communiste. À la fin des années 1990, Hong Kong est encore un lieu difficile d'accès pour les citoyens chinois, mais l'ouverture progressive du pays suscite leur enthousiasme, car ils veulent connaître de près l'expérience capitaliste du monde marchand. Ce rocher de quelques kilomètres carrés est situé à proximité du sud de la Chine continentale, dont il est désormais l'une des portes d'entrée principales. De l'autre côté de la frontière se déploie aujourd'hui un continuum urbain de plus de 50 millions d'habitants, allant de la ville nouvelle de Shenzhen jusqu'à Guangzhou. C'est dans cette zone urbaine frontalière que Deng Xiaoping a décidé, dans les années 1980, de mettre sur pied un modèle économique inédit en créant une zone spéciale pour transformer la Chine communiste. Toute cette zone côtière de la Chine continentale de Shenzhen à Shanghai s'est développée en accueillant les entreprises de la nouvelle Chine et a profité de la proximité de Hong Kong pour organiser les montages financiers permettant cette mutation. Depuis, Hong Kong n'a cessé de s'agrandir, comptant aujourd'hui plus de 7 millions d'habitants, et toujours plus de Chinois du continent (les *mainlanders*, comme les appellent les Hongkongais, aimeraient s'y installer). À défaut, ils viennent y passer quelques jours. Ils arrivent par avion ou par l'impressionnant poste-

frontière terrestre entre Shenzhen et les Nouveaux Territoires, où désormais plusieurs centaines de milliers de personnes transitent quotidiennement.

Depuis 1997, Hong Kong, qui n'est plus sous mandat britannique, est redevenu un territoire chinois, tout en gardant un statut particulier à l'intérieur du système communiste. Pour les *mainlanders*, Hong Kong est une zone franche, un temple moderne de la consommation de marchandises détaxées. Dans les quartiers Central et Causeway Bay, les panneaux lumineux des grandes artères commerciales vous aveuglent jour et nuit de spots publicitaires au milieu d'une foule essentiellement chinoise à la fièvre acheteuse. La plupart des gens viennent passer quelques jours sur cet appendice de la Chine pour avoir un avant-goût de la culture marchande du monde occidental.

Avant de retrouver le monde du vin, je m'immerge dans l'atmosphère des rues, où la chaleur, l'humidité et les odeurs contrastent avec l'univers aseptisé des couloirs de Hong Kong Island. Des *mainlanders* arpentant les rues des quartiers Wan Chai et Central, avec à la main des paquets aux logos de grandes marques de luxe, se mélangent à des Hongkongais en costume-cravate ou tailleur, pressés de rejoindre leurs bureaux. Deux mondes qui semblent s'ignorer et même presque se mépriser. Certains de ces Chinois se bousculent jusqu'à l'Apple Store du quartier Central ou passent à la boutique Nespresso pour goûter un café, boisson encore largement exotique chez eux. De l'autre côté de la baie, ils poursuivent leur shopping dans Kowloon City, avec ses rues commerçantes et ses multiples magasins d'informatique, de photo et de bijoux. Les produits y sont vendus 20 à 40 % moins cher qu'en Chine, mais l'enjeu pour les citoyens de la République populaire est surtout d'avoir accès à des articles de luxe. Leur pays fabrique pour le monde entier toutes les marchandises imaginables, en grande quantité mais avec une réputation de mauvaise qualité. Venir à Hong Kong apparaît comme une opportunité pour accéder aux marchandises étrangères. Certes, ils peuvent s'en procurer dans les grandes villes chinoises, mais un doute demeure. Ainsi, quelques jours plus tard, une jeune fille originaire de Pékin m'expliquera : « Je viens à Vinexpo et à Hong Kong, car en Chine tout est faux. Je n'ai pas confiance.

Il est possible d'acheter une bouteille de Lafite à Pékin ou à Shanghai, mais il est probable qu'elle soit fausse. À Hong Kong, je suis sûre d'acheter du vrai. »

Pour les Chinois continentaux, Hong Kong s'apparente à une expérience sociale garantissant la liberté de consommer, la sécurité, la confiance et une qualité de service qui n'existe pas encore en Chine. Depuis la rétrocession, l'île est devenue en quelque sorte un haut lieu de médiation entre le monde capitaliste et occidental et le monde chinois et postcommuniste, qui se découvrent.

Au mois de mai, il fait très chaud à Hong Kong. J'emprunte des dédales de passerelles climatisées qui surplombent les rues pour arriver au quartier Central. Les piétons respectent scrupuleusement le sens de la marche qui est gravé au sol pour éviter tout contact. En contrebas, j'observe des files d'attente bien alignées aux arrêts de bus le long des rues. Certains enfilent un masque avant d'entrer dans le bus ou le métro. En dépit de la mobilité et de la densité de la ville, je suis frappé par un ordre social commandant le respect des distances physiques.

Je retrouve Philippe dans ses bureaux. Il y vient très régulièrement, notamment pendant Vinexpo, même s'il n'a pas de stand sur le salon. C'est un moment privilégié pour mettre directement en relation des producteurs français et sa clientèle. Il m'accueille avec son collaborateur, Terence, armé de ses trois téléphones. Ce Hongkongais jongle d'un appareil à l'autre, passant du cantonais au mandarin et à l'anglais. Terence gère à la fois les clients hongkongais et leur bureau « Chine », en plein boom. Un jeune Français, Tim, s'occupe des relations avec les producteurs hexagonaux. Il me dirige immédiatement vers l'objet de toutes les convoitises. La cave en verre ultramoderne, climatisée, abrite quelques-unes des marchandises si prisées par la clientèle. Les bouteilles voyagent généralement en avion, compte tenu de leur prix. Tim m'explique : « Tu vois, cette bouteille, c'est un Montrachet, c'est le plus grand vin blanc au monde. Il vient d'une parcelle toute petite, quelques hectares, en Bourgogne, et il n'y a donc que quelques milliers de bouteilles chaque année. Chacune coûte entre 300 et 400 euros. D'autres bouteilles de notre cave en valent plusieurs milliers, le prix s'explique par la très faible production. Petrus, qui est une sorte d'équivalent pour le rouge, produit

25 000 bouteilles par an. Une bouteille de Petrus s'échange à au moins 1 000 euros et peut monter à 4 000 euros, voire 5 000. Davantage encore pour des millésimes mythiques comme le 1961. En Bourgogne, cela peut aller jusqu'à plus de 10 000 euros avec les bouteilles de vieux Montrachet ou encore celles d'Henri Jayet ou de la Romanée-Conti. »

Depuis ma première visite, en 2012, les prix n'ont fait que s'envoler. L'entreprise de Philippe est donc au cœur de la diffusion de ces grands crus français qui s'échangent à Hong Kong et en Chine. Il m'explique : « Hong Kong est très différent de la Chine, et on n'y boit pas de la même manière. Les élites hongkongaises ont été initiées dans des clubs anglais ou pendant leurs études dans les grandes universités américaines. Les nouveaux riches chinois ont d'autres codes sociaux, que l'on comprend moins bien. Au début, le vin servait surtout à afficher leur richesse. Ils achetaient une bouteille de Petrus ou de Lafite dans un but purement ostentatoire. On constate peu à peu un intérêt réel grandissant, et ils veulent maintenant être initiés. »

Il y a plus de demande que d'offre, et le club de Philippe, qui compte une centaine de membres, permet à sa clientèle très riche d'avoir un accès privilégié aux flacons prisés. « L'accès à certains vins est compliqué. Notre club doit se comprendre dans le sens anglais du terme. Le vin demande une éducation, qu'il faut patiemment acquérir pour avoir le droit de consommer les meilleures bouteilles. »

L'adhésion à ce type de club permet de s'ouvrir à de nouveaux codes de classe partagés par une élite mondiale émergente, qui a adopté les vins fins comme boisson de distinction sociale. Les dégustations et les dîners offrent une expérience unique autour du vin et contribuent à créer de nouvelles conduites sociales dans un univers de l'entre-soi avec des élites venant de cultures nationales très différentes.

Une fin d'après-midi, un autre entrepreneur français installé à Hong Kong m'invite à assister à une dégustation en l'honneur du propriétaire d'un grand domaine bourguignon. Ce dernier, qui parle couramment anglais, produit plusieurs grands crus dans les différentes appellations de la côte de Nuits. Le vigneron, quadragénaire, qui a hérité du domaine de son père, vit à Paris et se rend régulièrement à Beaune pour

suivre les activités de l'exploitation, quand différents événements commerciaux ne l'obligent pas à voyager à l'étranger. Il m'explique : « Chaque année, je viens au moins quatre ou cinq fois à Hong Kong et en Chine, et je ne compte pas les voyages au Japon et aux États-Unis, qui sont devenus des marchés très importants pour nous. Nous exportons presque 80 % de notre production, et je me dois de fréquenter notre clientèle pour consolider nos ventes. Bon nombre de mes clients sont devenus des amis. »

Pendant la dégustation, clients chinois et hongkongais se mêlent à quelques Français expatriés qui ont été invités pour l'occasion. J'apprends à distinguer les Hongkongais au style vestimentaire très british ; ils parlent généralement un anglais parfait. Les Chinois sont reconnaissables à leurs costumes mal taillés aux manches trop longues et aux couleurs parfois criardes ; ils ne maîtrisent que rarement l'anglais et semblent mal à l'aise dans ce monde qui n'est pas encore le leur. Ils ont souvent recours à une assistante hongkongaise pour la traduction. Les Français présents travaillent majoritairement dans la finance. J'entame une discussion avec un trader français de la banque Goldman Sachs. Après plusieurs verres, il me confie : « C'est marrant, moi qui viens du sud pauvre de la Bourgogne, je n'aurais jamais imaginé pouvoir boire un jour ces vins. Pour nous, un côte-de-nuits était inaccessible, et je me retrouve à Hong Kong à en siroter avec des étrangers. »

Il a connu une ascension sociale fulgurante et tient à me dire qu'il gagne désormais plusieurs centaines de milliers d'euros chaque année. Sorti de l'École polytechnique, il a suivi le master « El Karoui » à Paris-Dauphine, qui semble être un cursus incontournable dans le milieu de la finance internationale. Je lui demande de m'expliquer ce qu'il fait et il me répond en plaisantant : « C'est très simple, je vends les bijoux de famille de l'Europe sur un marché mondial. Je suis en quête de produits rares dans lesquels mes clients peuvent investir. Je cherche toutes sortes d'entreprises pour des investisseurs chinois. Hong Kong permet de construire des opérations financières complexes dans le monde entier. »

Depuis la crise des *subprimes* aux États-Unis, l'Asie est devenue un investisseur majeur en Europe. Un autre Français me confie qu'il est *family officer* à la Société générale et gère directement les investissements

et les avoirs de quelques familles très fortunées. Il poursuit en précisant qu'il y a une forme de singularité à Hong Kong : « Je trouve des solutions tout à fait légales pour que de riches Chinois puissent sortir leur argent de Chine. » Une partie de ces nouveaux riches ont en effet accumulé des richesses considérables et doivent trouver des « solutions » pour sécuriser leur capital. Je comprends que Hong Kong apparaît comme le lieu incontournable d'une nouvelle alliance entre cette élite chinoise et des financiers occidentaux installés là et qui veulent accroître leur présence en Chine.

Xavier, lui, travaille pour le groupe BNP Paribas et s'amuse de se retrouver face à un anthropologue ignorant tout de ces circuits économiques contemporains : « Moi, je suis en bout de chaîne de ce que l'on appelle l'optimisation fiscale. Nous faisons en sorte que les placements financiers des élites européennes échappent à une trop lourde pression de l'impôt. Et de l'autre côté, je permets à mes clients chinois de contourner la lourdeur du système communiste. C'est tout à fait légal et tout le monde est gagnant. »

Les élites chinoises ne sont pas les seules à trouver un intérêt à Hong Kong, et des Européens viennent y investir pour échapper à un système fiscal qui semble ne pas leur convenir.

Un observateur familier de ce monde m'explique : « Quand on boit du vin, on crée du lien, ce sont des moments où les échanges ne portent pas que sur les valeurs gustatives. On sent bien que tous les protagonistes cherchent à évoluer dans un monde de confiance pour aller éventuellement vers des investissements et des affaires ensemble. »

Après la dégustation, deux trentenaires héritiers de grandes familles hongkongaises richissimes, que l'on surnomme *tycoons*, nous invitent dans un restaurant italien qui affiche trois étoiles au *Guide Michelin*. Je me retrouve assis en face d'une jeune top-modèle new-yorkaise qui accompagne l'un d'entre eux. Je tente de lancer la conversation. Après quelques questions, je comprends que celles-ci sont malvenues et que la jeune Américaine ne se contente pas de faire des photos. Sa présence à Hong Kong pour le week-end est tarifée, et cette *escort girl* de luxe

accompagne le fils d'un fameux promoteur immobilier de l'île. Ce grand amateur de vin ne lui adressera pas la parole de la soirée et se lèvera sans cesse pour aller sniffer de la cocaïne toute la soirée avec son ami.

Dans ce restaurant sans fenêtres, l'atmosphère climatisée, sans âme, se prête mal à la consommation de vin. Pourtant, les bouteilles servies sont jugées exceptionnelles par l'assistance. Les célèbres flacons se succèdent, comme un Château Le Pin 1976 choisi d'après la date de naissance du vigneron bourguignon à l'honneur. Je quitte rapidement ce petit monde, qui finira au *Dragon-i*, une des discothèques hongkongaises les plus en vue, pour sabler quelques bouteilles de Dom Pérignon à plusieurs milliers d'euros.

Bienvenue à Hong Kong, dans le monde du luxe et de tous les excès !

Au cours de mes fréquents séjours à Hong Kong, j'ai assisté à de nombreux dîners-dégustations de ce type dans les grands hôtels. Pour décrypter cet univers, je vais à la rencontre d'un autre observateur privilégié de cette nouvelle interaction sociale entre Occidentaux, Hongkongais et Chinois autour du vin.

Christophe a été sommelier pendant quinze ans pour de grands restaurants français à Monaco, Paris et Londres. Il travaille désormais comme ambassadeur pour Primum Familiae Vini, une association qui réunit plusieurs entreprises familiales viticoles européennes. Christophe est depuis de nombreuses années au contact des élites étrangères qui boivent des vins fins. Il a pour tout diplôme un CAP de sommelier. Sa vie professionnelle lui permet de côtoyer un univers culturel et social inattendu. Il raconte : « Quand j'ai commencé, je n'aurais jamais imaginé voyager autant grâce à mon métier et être en contact avec des gens aussi différents. Cela fait plus de quinze ans que je viens régulièrement à Hong Kong... Hong Kong me rappelle la grande époque de Londres dans les années 2000 : c'était la folie, on avait l'impression que le monde entier venait là. On sent un déplacement vers Hong Kong ; et d'ailleurs, chaque fois que j'y viens, je croise de plus en plus de Français qui travaillent ici et assurent le rayonnement de nos produits. Je crois que c'est trois cents à quatre cents Français qui s'installent chaque mois à Hong Kong avec de

petits moyens, comme moi au début, avec un diplôme de sommelier ou autre. Tous ces jeunes ont envie de venir ici pour faire connaître le savoir-faire français tout en vivant un moment d'aventures et de liberté. »

Christophe incarne un savoir-faire français unique qui se diffuse dans le monde de la gastronomie et de l'hôtellerie, mais aussi dans le domaine de la boulangerie, de la pâtisserie, du vin. Il se souvient qu'il n'avait pas du tout conscience de ce patrimoine singulier : « J'ai étudié dans le Val de Loire en 1987, et à l'époque je ne faisais presque pas attention à notre patrimoine. J'ai redécouvert plus tard Chenonceau, Chambord, sans me rendre compte de l'importance de ces lieux. Et aujourd'hui, cela me donne la chair de poule d'en parler ici, à Hong Kong. Nous avons quelque chose d'unique et qui est magnifique, en France, c'est notre patrimoine et nos campagnes. »

Ses expériences à l'étranger ont forgé sa conviction d'une spécificité culturelle liée au maintien d'une forme de ruralité. Ses contacts de plus en plus fréquents avec des élites urbaines asiatiques n'ont fait que renforcer ce sentiment. Cette clientèle cherche à connaître les vins et ceux qui les produisent pour pouvoir aller éventuellement leur rendre visite. « Les Chinois vivent dans un environnement urbain souvent coupé de la nature. En Europe, ils veulent manger avec le vigneron, voir sa maison, car c'est quelque chose que l'on ne peut pas acheter, copier. Il y a une fascination pour nos villages et nos châteaux. »

Il cite les cas de Saint-Émilion, ou encore du village viticole de Riquewihr, en Alsace, avec son millier d'habitants, qui accueille plus de 2 millions de touristes chaque année. Christophe pense que les Chinois cherchent non seulement à boire, mais aussi à accéder à une expérience liée à notre rapport au temps et à l'histoire. Il commente : « On peut vendre des milliers de conteneurs sans faire ce type de dîners, sans aucun contact direct avec les producteurs. C'est une marque qui est distribuée, on vend le nom de l'étiquette. Ici, on fait autre chose. On propose des relations humaines, de partager une expérience et parfois même des valeurs. »

Il s'étonne de la perception française de ces nouveaux consommateurs : « Il y a des stéréotypes tenaces en France sur la Chine, et cela m'agace parfois. J'ai entendu très souvent l'histoire du Chinois qui mélange des grands crus avec du Fanta. Cela a existé et cela existe encore peut-être,

mais c'est infime. Il faut aller dans les restaurants de Pékin et de Shanghai voir les caves, la verrerie. Il y a déjà une grande culture du vin. Elle n'est bien sûr pas comme la nôtre, mais on a passé le stade du Chinois mal éduqué qui boit pour l'étiquette. »

Cela fait presque vingt ans qu'il vient en Asie : « Je me rends compte que l'on ne peut pas parler de l'Asie ou de la Chine en général. Il y a des régions très différentes. Les Chinois ont un point commun très important avec nous : ils sont sensibles à la diversité des goûts, à l'amer, à l'acide, au sucré, au salé. »

La culture culinaire des Chinois repose sur la variété, avec différentes cuisines régionales : « Je pense que l'on peut faire des parallèles avec leur culture du thé. On trouve d'abord le rapport à la terre, où il y a des notions proches de celle de terroir. Et puis, il y a la dégustation. On constate un retour de la cérémonie du thé, et ils goûtent les vins un peu de la même manière. Avec le thé et la sophistication de leur cuisine, je pense que les Chinois sont plus proches de notre culture du vin que les Américains, par exemple. »

Cette sophistication alimentaire leur permettrait d'être sensibles à la diversité des saveurs et d'être capables d'accepter des vins très différents issus de terroirs variés.

3

à la recherche du goût chinois

Jusqu'à présent, j'ai essentiellement relaté mes échanges avec des Français qui produisent ou vendent de grands crus. Je fais rapidement la connaissance d'un jeune sommelier chinois qui travaille à Hong Kong depuis quelques années. Il est au plus près d'une large clientèle chinoise et hongkongaise. Jack³ travaille à Parkview, un complexe résidentiel qui comprend dix-huit tours avec plus de mille appartements extrêmement luxueux. Ce *compound*⁴ est préservé de l'agitation urbaine par sa situation sur les hauteurs de la ville, au bout de Reservoir Road, au cœur du parc de Tai Mam. Ses tours accueillent essentiellement des appartements d'expatriés occidentaux et asiatiques qui sont résidents ou de passage sur l'île. Le complexe dispose de salles de sport, de piscines en cascade, de terrains de tennis, de différents restaurants, pour une clientèle hors du commun.

Visiter ce lieu, c'est faire l'expérience d'une conception bien particulière des rapports sociaux propre à Hong Kong. L'ancienne île britannique est un monde urbain de la verticalité qui reflète des distinctions sociales très fortes. Au bas de Hong Kong Island se trouvent les grandes tours où cohabitent le monde marchand (avec ses boutiques de luxe), les bureaux et les habitations modestes. Plus on monte en altitude, plus les habitations sont prestigieuses, et les classes sociales privilégiées. Il y a le quartier résidentiel Mid-Levels, puis, encore plus haut, quelques maisons luxueuses parsemées dans la végétation de Victoria Peak, cette colline où vivent les familles de *tycoons*. Plus on s'élève, plus la densité de la

population baisse, plus le prix du foncier augmente et plus l'air est respirable dans cette ville au climat tropical, alors que l'espace urbain est très pollué par la circulation automobile et les usines installées dans la région de Shenzhen.

Parkview est une sorte de camp retranché au milieu de la végétation. Jack y travaille depuis quelques années comme sommelier dans différents restaurants. Il s'occupe aussi de la cave particulière du propriétaire de Parkview, George Wong⁵, une des plus grosses fortunes de l'île, qui a investi dans l'immobilier en Chine et dans le monde entier. Il possède une somptueuse cave de vins fins, mais aussi de cigares et de whiskys, et collectionne voitures et œuvres d'art⁶.

Jack m'attend dans le vestibule de l'immeuble et me fait d'abord visiter le musée, qui occupe le hall et le premier étage. Un tableau de quatre mètres sur six, aux couleurs rouges et orangées, fait face à l'escalier central. Cette peinture réaliste de Liu Yuyi, intitulée *Great Times*, évoque la cérémonie de rétrocession de Hong Kong à la Chine. Jack détaille quelques personnalités représentées parmi les centaines de personnes qui incarnaient alors officiellement la société chinoise, tels les gloires du Parti, les sportifs et les héros du système communiste. On y voit surtout des hommes en train de participer à un banquet gigantesque sur les quais du port de Hong Kong, un verre de champagne à la main, devant un feu d'artifice éclairant la scène. Le jeune sommelier m'explique que la plupart des riches Hongkongais, comme son patron, sont favorables à la rétrocession de l'île. Il faut bien comprendre que la fortune de ce dernier a considérablement augmenté depuis l'ouverture de la Chine, dans les années 1990. Il fait donc partie d'un groupe important d'hommes d'affaires qui soutiennent l'intégration de Hong Kong dans la réalité chinoise et ne s'inquiètent pas des contestations croissantes visant l'ingérence des institutions communistes dans la vie politique, à l'instar du mouvement populaire dit « des parapluies » né à la fin de l'été 2014.

Dans le musée, quelques œuvres d'artistes mondialement connus (Picasso, Monnet...) sont accrochées. Dans une vitrine, je découvre même quelques bouteilles de vin qui auraient appartenu au premier président des États-Unis et quelques flacons retrouvés suite à la catastrophe du *Titanic*. Nous rejoignons ensuite un des restaurants de Parkview, pourvu d'une

cave en verre climatisée où je reconnais les étiquettes de grands crus : Petrus, Romanée-Conti, Mouton Rothschild, etc. Les plus grandes bouteilles de vins fins français sont exposées à la vue de la clientèle.

Jack tient immédiatement à me préciser qu'il n'est pas hongkongais ; il tient à m'éclairer : « Hong Kong et la Chine n'ont pas grand-chose à voir, et cela se remarque dans le monde du vin. À Hong Kong, boire de grands crus, c'est rester entre élites avec des codes et une étiquette, mais c'est aussi exposer ses connaissances. En Chine, le vin est surtout utilisé comme un cadeau. Les Chinois ne sont pas à l'aise avec les élites. Ils utilisent plus le vin dans des relations sociales entre obligés, c'est un présent très prestigieux. Mais j'ai de plus en plus de clients chinois qui viennent ici pour apprendre, pour comprendre, car ils ne savent pas faire. »

Jack est arrivé à l'âge de dix ans dans l'île avec ses parents, originaires de Shanghai. Il a découvert le vin alors qu'il était serveur au *Mandarin Oriental Hotel*, un palace situé dans le quartier Central. Son métier lui a permis de goûter de nombreux vins et il a décidé de prendre des cours du soir pour approfondir ses connaissances. Ces premières années de serveur ont correspondu au moment où les Chinois débarquaient à Hong Kong avec la volonté d'afficher ostensiblement leur nouveau statut social en achetant de grands vins français. Il parle aussi bien le cantonais et le mandarin que l'anglais et se montre un fin observateur des différents mondes sociaux qui se télescopent : « Il ne faut pas oublier que les Chinois sont devenus riches en très peu de temps et qu'ils sortaient du communisme, où il n'y avait pas de choix possible. Les gens avaient le même vélo, les mêmes habits, et c'est par la consommation qu'ils veulent aujourd'hui se différencier. Avant, ils ne possédaient rien, c'est la raison de cette explosion matérialiste. La soif de vin se répand dans la population comme l'envie de produits de luxe. Ils veulent maintenant approfondir les choses et comprendre pourquoi tel vin est si cher et comment on le reconnaît. »

Jack me fait ensuite visiter la cave de son patron. C'est une véritable caverne d'Ali Baba. Un sentiment étrange me traverse quand je découvre des objets empreints de l'histoire française viticole dans le sous-sol d'une tour de Hong Kong. Au fil des allées, nous revisitons les régions de l'Hexagone. Des caisses de Petrus et de Haut-Brion évoquent la région bordelaise ; des bouteilles du domaine Henri Jay, de Coche-Dury ou de

la Romanée-Conti rappellent la côte de Nuits et les plus grands crus de Bourgogne. Quand Jack parle de son amour du vin, c'est aussi selon lui un moyen de s'intéresser à l'histoire : « Quand tu bois tel millésime, par exemple un 1914, cela te plonge immédiatement dans une époque, tu te demandes ce qui se passait à ce moment-là dans le monde. Je pense que l'intérêt des Chinois est aussi un moyen de se reconnecter à notre histoire rurale... Nous avons été des paysans, et il y a une forme de nostalgie d'un monde perdu, car nous habitons désormais tous en ville ! La révolution culturelle a détruit notre culture rurale et artisanale, et découvrir vos vins, c'est une manière de se reconnecter à la nature et de s'interroger aussi sur les méfaits de l'industrialisation qui a ravagé la Chine. Beaucoup de Chinois prennent conscience de la catastrophe qu'ont entraînée cette industrialisation et l'uniformisation de notre société. »

Selon lui, le vin est perçu essentiellement comme un produit de qualité qui n'a pas été industrialisé. C'est le signe du questionnement actuel des Chinois sur l'avenir de leur pays. Jack évoque également l'exploitation à outrance des ressources naturelles et le recul du monde rural. La fascination des Chinois pour le vin français et pour la pérennité de nos villages s'expliquerait par leur volonté de s'interroger sur le destin de leur propre univers social et la nécessité de repenser leur rapport à la nature.

3 Comme nombre de Chinois travaillant avec des étrangers, il a adopté un prénom occidental afin de faciliter ses échanges.

4 Système urbain développé dans le cadre colonial britannique, notamment en Inde, pour que les colons ne se mélangent pas aux populations indigènes.

5 <https://www.forbes.com/profile/george-wong/?sh=7e87394d7f69>

6 George Wong est décédé en 2017.

OceanofPDF.com

La Bourgogne et ses Trois Glorieuses

Au cours de l'hiver 2013, mon enquête me conduit logiquement en Bourgogne, l'une des deux régions viticoles françaises concernées par l'engouement soudain des Chinois pour les grands crus. Le vignoble bourguignon est relativement petit, avec ses 30 000 hectares, à côté des 110 000 hectares du bordelais. Il s'étend essentiellement de Dijon à Mâcon, avec les côtes de Nuits et de Beaune, la côte chalonaise, le Mâconnais et, à l'ouest, le Chablisien, autour de la ville d'Auxerre. Je ne m'arrête pas à Dijon car, contrairement à Bordeaux, la préfecture régionale n'est pas le centre névralgique de l'économie viticole. Je roule vers le sud sur l'autoroute A6, en direction de Lyon, pour séjourner à Beaune (quelque 20 000 habitants). Cette petite ville est considérée comme la véritable capitale des vins de Bourgogne. Elle se situe entre les deux appellations côte-de-nuits et côte-de-beaune, produisant de superbes crus à la renommée mondiale.

Je suis venu précisément le troisième week-end de novembre pour observer l'événement phare de l'année : les Trois Glorieuses. C'est un moment très important pour les vignerons et les négociants, car il détermine le baromètre du nouveau millésime. Les Trois Glorieuses se divisent en trois événements distincts. Elles débutent le samedi par une soirée de gala, organisée par la confrérie des Chevaliers du tastevin au château du Clos Vougeot. Elles se poursuivent le dimanche par la vente des Hospices de Beaune et s'achèvent le lundi par un déjeuner-banquet baptisé la « Paulée de Meursault ». Il y a encore dix ans, ces trois journées

concernaient essentiellement les professionnels et les amateurs de vin. Peu à peu, cette manifestation s'est élargie en devenant un événement populaire et médiatique tout au long du week-end. Cette fête attire aussi bien les professionnels du monde du vin que la population locale et les touristes, de plus en plus nombreux.

Dans la voiture, j'écoute la radio locale, qui annonce les multiples manifestations en cette fin de semaine. Pour les professionnels, les Trois Glorieuses commencent le samedi matin par une dégustation des vins produits par les Hospices. Les négociants bourguignons viennent avec leurs principaux clients pour goûter les vins que ceux-ci pourront acheter le lendemain aux enchères. Le journaliste à la radio rappelle que ce week-end permet d'avoir une idée de la qualité des vins et de leur prix. La tendance est à l'euphorie, car les cotes ne cessent de monter depuis plusieurs années sur les grands crus. Il conclut son reportage en parlant d'une bouteille du vigneron bourguignon Henri Mayer vendue récemment « au prix délirant » de plus de 10 000 euros aux enchères à Hong Kong. Cette embellie est associée à l'engouement brutal des Chinois, lequel constituerait, selon le journaliste, une « fièvre spéculative qui pourrait devenir pour la Bourgogne une menace » à long terme. Les grands crus se trouvent en effet confrontés à une demande mondiale qui n'a jamais été aussi forte, ce qui provoque une brutale augmentation des prix pour certaines bouteilles et des tensions sociales entre les différents acteurs, tous ne partageant pas les fruits de cette euphorie.

En arrivant, j'emprunte le boulevard circulaire entourant la vieille ville fortifiée, où se mesure immédiatement l'importance de l'économie du vin dans l'histoire locale. Ainsi, les nombreux hôtels qui ont fleuri le long du boulevard périphérique accueillent une clientèle du monde entier et affichent complet. Je passe devant les façades des établissements Bichot, Latour, Bouchard, ces célèbres maisons qui ont porté la renommée des grands crus de Bourgogne à travers le monde. Comme à Bordeaux, les bâtiments rappellent l'importance des activités de négoce dans la réussite économique de cette région viticole. De nombreux propriétaires vendent directement leur production. Les domaines les plus prestigieux octroient des allocations à leur clientèle, car la demande est souvent supérieure à

l'offre. Certains domaines ont même des listes d'attente de clients qui souhaiteraient pouvoir acheter une caisse, voire seulement quelques bouteilles.

La ville de Beaune n'échappe pas à la logique de l'étalement urbain des petites villes françaises. Je n'ai pu trouver qu'un hôtel Ibis sans charme à l'extérieur de la vieille ville, à côté de nombreux lotissements et grandes surfaces. Il se situe à proximité d'un rond-point desservant l'autoroute A6, qui relie Paris à Lyon. Depuis ma chambre, j'ai une vue imprenable sur un bal de camions sortant d'entrepôts flambant neufs. Le réceptionniste m'explique que la ville, avec son emplacement géographique stratégique, est devenue un nœud de la logistique européenne grâce à la proximité de grands axes, à ces autoroutes qui se croisent et permettent de transporter facilement les marchandises du nord au sud du pays, mais aussi vers l'est et le nord de l'Europe. Beaune est également bien desservi : la ville est reliée à Paris et à Lyon en moins de deux heures par TGV, ce qui permet d'accueillir facilement les touristes, venus de plus en plus nombreux découvrir la région et les fameux « climats » de Bourgogne, désormais classés au patrimoine mondial de l'Unesco. Comme l'explique remarquablement bien l'anthropologue Marion Demossier dans son ouvrage *Hommes et vins*, les acteurs viticoles de la Bourgogne ont fait reconnaître la spécificité de leur terroir grâce à la notion de « climat », cette manière singulière de nommer des parcelles en fonction du travail humain, des singularités pédologiques et météorologiques.

Le vendredi matin, je me dirige vers le nord et la côte de Nuits, qui incarne la Bourgogne des grands crus, pour gagner des villages aux noms évocateurs : Nuits-Saint-Georges, Vosne-Romanée, Vougeot, Morey-Saint-Denis et Gevrey-Chambertin. C'est le fief du pinot noir, à l'origine des plus grands vins qui s'arrachent aux enchères à Hong Kong.

Je suis surpris par la présence de nombreux touristes chinois lorsque je m'arrête dans le village de Vosne-Romanée. Ils sont nombreux à circuler autour du vignoble du domaine de la Romanée-Conti, que le monde des initiés appelle souvent le DRC. En peu de temps, des minibus déversent plusieurs groupes pour un arrêt de quelques dizaines de minutes. Un guide explique que le DRC ne se visite pas et revient rapidement sur l'histoire de ce vin, mais insiste surtout sur sa réputation de vin rouge le plus cher du

monde. Quelques touristes prennent un selfie devant la célèbre croix jouxtant la parcelle de La Tâche avant de remonter rapidement dans leur bus. Ils ont fait des milliers de kilomètres pour découvrir l'Europe, où ils restent souvent moins de dix jours. Ils passent quelques nuits à Paris, se photographient devant la tour Eiffel, et certains s'arrêtent à Beaune avant d'aller visiter les champs de lavande en Provence. La Bourgogne est une des étapes favorites de certains d'entre eux, qui sont de plus en plus nombreux à vouloir y passer deux ou trois jours pour découvrir les villages viticoles. Le tourisme chinois s'intéresse peu au littoral, et les tour-opérateurs privilégient un parcours avec découverte de la ruralité.

Le samedi matin, je traverse à pied le centre-ville de Beaune, avec ses rues piétonnes bordées de maisons à colombages, pour me rendre jusqu'à l'hôtel-Dieu. Je sens très vite que la ville respire au rythme de l'économie œnotouristique : de nombreux restaurants, bars à vin et boutiques de vins quadrillent la vieille ville.

J'arrive devant le joyau de la ville, l'hôtel-Dieu, un hôpital catholique datant du ^{xv}^e siècle, qui avait initialement vocation à soigner les plus pauvres. Ce monument fait partie de l'imaginaire populaire français grâce au film *La Grande Vadrouille*. Il est célèbre pour sa façade gothique et la géométrie de sa toiture, aux tuiles rouges, jaunes ou vertes, flamboyantes. Il vient souligner le rôle historique des institutions catholiques dans l'histoire de la cité, avec une attention particulière pour la question du soin et de l'hospitalité. Cette dimension se ressent d'ailleurs encore aujourd'hui dans la qualité de l'accueil réservé aux touristes.

Désormais, ce n'est plus un « hospice pour les plus pauvres ». L'établissement public communal des Hospices de Beaune a converti l'hôtel-Dieu en un musée consacré à l'histoire de la médecine, qui accueille plus de quatre cent mille visiteurs par an. En 1971, les activités hospitalières ont été transférées à l'extérieur de la ville, parallèlement à la construction de deux hôpitaux et d'une maison de retraite.

Les Hospices de Beaune ont par ailleurs la particularité de posséder un domaine viticole de 60 hectares grâce aux legs et donations faits par les vignerons depuis le ^{xvii}^e siècle. Cette entreprise publique possède donc

des vignes situées dans les premiers crus ou les grands crus. Son administration a embauché un régisseur qui confie à des vignerons les parcelles pour fabriquer quelques-uns des meilleurs vins.

J'ai rendez-vous dans la cour de l'hôtel-Dieu, où m'attend Didier, un négociant bourguignon qui m'a proposé de l'accompagner pour assister à la dégustation réservée aux professionnels.

Celui-ci revient sur la question de l'hospitalité et du soin dans l'histoire de la Bourgogne, et me parle d'un autre élément historique : « Pendant la Première Guerre mondiale, l'hôpital militaire américain, avec ses vingt mille lits, a accueilli des blessés parmi les 2 millions de jeunes gens venus en Europe pour faire la guerre. Tous ces soldats sont repartis avec des souvenirs et des bouteilles. Le malheur de la guerre a finalement été un événement utile dans la diffusion du vin aux États-Unis. De nombreux officiers de l'armée américaine qui étaient passés dans le coin sont devenus des clients. Certains prétendent que les Allemands aussi ont été trop bien accueillis lorsqu'ils ont occupé notre région ! Bref, ces Trois Glorieuses sont très importantes pour nous, c'est le symbole de notre sens de l'hospitalité, car nous savons à quel point il est primordial que nos clients passent un bon moment chez nous pour acheter nos vins. »

J'accède avec Didier aux caves voûtées de l'hôtel-Dieu, où sont alignées des centaines de barriques, que l'on appelle ici « pièces ». Là, des négociants et des journalistes sont invités à déguster les quarante et une cuvées qui seront vendues aux enchères le lendemain. Il me raconte : « On se connaît tous, mais tout le monde s'observe, car il y a aussi de la compétition entre nous... On veut savoir quels sont les clients de nos collègues, jauger si on va pouvoir acheter et revendre ensuite. » Chacun déguste, prend des notes, fait des calculs sur un carnet ou sur son smartphone, en prévision des offres à passer le lendemain.

À la fin de la matinée, de petits groupes se forment dans la cour pour partager des impressions sur les vins de l'année. De nombreux journalistes sont présents et tendent leur micro ou braquent leur caméra vers des personnes expertes. Quelques-uns parlent d'un millésime « de transition » pour dire poliment qu'il n'a rien d'exceptionnel. D'autres insistent sur la pression mondiale pour acheter de grands crus, et certains des prescripteurs clés prédisent pour le lendemain des prix record. Didier

confirme : « Il n'y a pas assez de vins à vendre, on est dans une situation incroyable, il n'y a pas de vins. On se bat entre nous pour en avoir. » La demande est plus élevée que l'offre sur certains crus, ce qui fait monter les prix comme jamais.

Je reconnais plusieurs personnalités : Bernard Pivot, originaire de la région, est entouré de quelques journalistes. Un peu plus loin, c'est Anne Lauvergeon, l'ancienne présidente d'Areva, qui échange avec Alain Suguenot, alors député-maire LR de la ville et président du conseil de surveillance des Hospices. Avec d'autres personnalités, ils sont invités à participer à un déjeuner en présence du préfet et des autorités des Trois Glorieuses, autour des deux parrains de la manifestation cette année : les comédiens Jean-Pierre Castaldi et Clotilde Courau.

Nous quittons les lieux pour une petite promenade dans les rues de Beaune. Didier m'explique que le déjeuner du samedi est généralement un moment important, car il réunit des responsables viticoles, des membres de la haute fonction publique, des chefs d'entreprise et des politiques. L'hôtel-Dieu n'est plus l'expression du pouvoir religieux, mais un temple moderne du commerce où se noue une alliance entre des acteurs investis dans la globalisation de l'économie.

L'héritage catholique reste présent dans la ville de Beaune, en témoignent certains de ses bâtiments. À proximité de l'hôtel-Dieu, d'autres édifices religieux ont connu des conversions identiques, comme l'ancienne église des Cordeliers, qui est désormais une boutique proposant à la fois des vins et des produits gourmets. Ce « marché aux vins » propose un parcours sensoriel payant, alliant dégustation et histoire dans ses caves voûtées. Une partie de l'église sert désormais de lieu d'exposition.

Non loin de là, le couvent des Cordeliers n'accueille plus depuis longtemps des sœurs dédiant leur vie à Dieu et aux malades. Didier m'explique que cet édifice a été la propriété du groupe viticole Patriarche, un des précurseurs de l'œnotourisme de masse.

Il faut s'arrêter un instant sur l'histoire de cette entreprise pour comprendre que, contrairement à une idée reçue et entretenue par le marketing, la Bourgogne ne produit pas que des vins artisanaux. La

famille Boisseaux, propriétaire de l'entreprise Patriarche au ^{xx}^e siècle, a par exemple été à l'origine du développement de vins industriels, avec notamment les crémants de Bourgogne sous la marque Kriter, qui ont fait sa fortune. Elle a développé l'œnotourisme avec des visites-dégustations payantes dans l'ancien couvent des Cordeliers et les immenses caves du couvent des Visitandines. Patriarche a été cédé en 2011 au groupe Castel, qui produit aujourd'hui près de 60 millions de bouteilles chaque année. Castel propose toujours dans les caves des Visitandines un parcours de dégustation payant, qui accueille chaque année plus de six cent mille visiteurs. La Bourgogne n'a donc pas échappé à l'industrialisation du vin aux ^{xix}^e et ^{xx}^e siècles, même si elle construit son image sur une référence à la viticulture artisanale de ses grands crus.

L'ancien couvent des Cordeliers a été vendu en 2012 pour être transformé en un club privé d'une centaine de membres, composé d'une élite réunissant propriétaires bourguignons et collectionneurs de grands crus du monde entier. La 1243 Bourgogne Society, dont le président d'honneur est Aubert de Villaine, est désormais réservée à des activités exclusives pour ses membres qui souhaitent organiser des réceptions privées (soirées, mariages, dégustations, etc.)⁷. Elle symbolise l'existence d'une autre forme d'œnotourisme, qui s'adresse à une clientèle de luxe internationale.

Nous rejoignons ensuite l'hôtel *Le Cep*, où nous sommes accueillis par le personnel habillé en costume médiéval pour les Trois Glorieuses. Dans ses soixante chambres (dont trente-deux suites), cet hôtel cinq étoiles au cœur de la ville accueille une partie de la clientèle internationale venue pour l'occasion. L'établissement jouxte par ailleurs le restaurant *Loiseau des vignes*, qui fait partie des sept restaurants de prestige du groupe Bernard Loiseau, coté en Bourse. Nous échangeons quelques mots avec Jean-Claude Bernard, le propriétaire, qui a fort à faire pour satisfaire sa clientèle. Il tient à préciser qu'il est le propriétaire et le directeur : « Ici, ce n'est pas une chaîne, c'est mon père qui tenait cet établissement et c'est moi qui travaille. » Il a toujours un mot aimable pour ses clients américains ou néerlandais, qui sont d'anciens ambassadeurs, des chefs d'entreprise... « J'ai des clients qui viennent depuis trente ans et qui ne

manqueraient pour rien au monde l'événement. Ces passionnés de vin sont devenus des amis. Ils sont originaires essentiellement des États-Unis et des Pays-Bas. Mais je commence à avoir une clientèle asiatique de plus en plus importante. »

Nous avons justement rendez-vous avec une cliente chinoise de Didier qui loge ici. Madame Cao Yan Hong, originaire du Yunnan, souhaite acheter une quantité importante de grands crus lors de la vente du lendemain. Elle est à la tête d'une entreprise de distribution de thé, d'alcools, de vins et de tabac, pour une élite de plus en plus friande de produits de luxe. Elle m'explique : « Je cherche des vins uniques pour mes clients, qui veulent essentiellement des vins rares, artisanaux et bio. C'est la tendance, actuellement, en Chine. Je n'achète pas à Bordeaux, car ma clientèle ne veut pas de produits industriels de marque. Ils veulent du bio et des entreprises familiales. C'est-à-dire tout ce qui a disparu malheureusement chez nous. »

Nous prenons le thé dans le lobby de l'hôtel avec les trois personnes qui l'accompagnent. Elle profite de son passage à Beaune pour organiser d'autres rendez-vous. Elle doit rencontrer un fabricant de pipes. Un jeune entrepreneur arrive justement de la ville de Saint-Claude avec deux grosses valises. Il s'assoit en face de madame Cao et lui présente différents modèles de sa marque Chacom, tout en racontant l'histoire de l'entreprise : « Je suis la troisième génération de fabricants de pipes de Saint-Claude. Nous étions la capitale européenne de la pipe. Nous confectionnons nos pipes avec de la bruyère de Méditerranée. Les ateliers ont disparu les uns après les autres, ces dernières décennies, et je suis propriétaire d'un des derniers ateliers ayant résisté. Heureusement, nous avons encore deux ou trois ouvriers hors pair sachant travailler la bruyère. Avec l'émergence du marché chinois, nos pipes sont devenues des objets de luxe et ont sauvé mon entreprise familiale. »

Madame Cao ausculte attentivement la marchandise, démonte les pipes et pose des questions sur la fabrication. Elle ne veut que des articles façonnés avec des matériaux naturels. Après une négociation serrée, elle achètera tous les modèles présentés, sauf ceux qui comportent des éléments en plastique. Le jeune entrepreneur semble satisfait et peu étonné : « Actuellement, nous connaissons un regain d'activité avec la

Chine, qui est un gros pays de fumeurs. Pour eux, la pipe est un objet de luxe, et ils nous demandent de renouer avec notre savoir-faire qui était sur le point de disparaître. »

Cette clientèle chinoise de plus en plus présente en France est à la recherche de produits artisanaux dont elle souhaite connaître l'origine, l'histoire et les conditions de fabrication.

Je quitte l'hôtel *Le Cep* pour me promener dans les rues de Beaune. Ce samedi après-midi, les rues piétonnes sont particulièrement animées, des orchestres et divers groupes folkloriques étrangers paradent en costume traditionnel devant une foule venue déguster des produits régionaux dans les multiples stands installés dans la ville.

La confrérie de Belnus, créée en 2010, assure le spectacle en défilant dans les rues. Il ne s'agit pas d'une confrérie bachique, mais d'une émanation récente du comité des fêtes de Beaune et du pays beaunois, qui cherchait à fédérer d'autres parties de la population de la ville pour donner un caractère populaire aux Trois Glorieuses. Son président, Laurent Gauthier, et les quinze hommes et femmes de la confrérie sont vêtus d'une robe bleu et jaune et portent un chapeau d'inspiration médiévale. Après la messe donnée dans la basilique Notre-Dame, le cortège se dirige vers la place Carnot pour introniser quelques stars de la télé-réalité française. Une foule de badauds est venue voir ses héros : le chanteur Cali, le DJ Kemyz ou Mathieu Johann, qui a participé à l'émission *Star Academy*. Alain Suguenot, le maire de Beaune, n'est pas très loin et rejoint la confrérie pour faire un discours devant les médias nationaux qui se pressent autour du kiosque de la place. Les spectateurs français sont venus nombreux sur la place Carnot, mais le cœur des événements se déroule ailleurs et s'adresse à des invités triés sur le volet.

Le premier acte des Trois Glorieuses a lieu à l'extérieur de la ville. J'emprunte à nouveau la route en direction du nord pour rejoindre le château du Clos Vougeot. C'est une tout autre population qui converge à quelques kilomètres de là, au cœur du vignoble de la côte de Nuits. Un service de sécurité éprouve toutes les difficultés à faire garer les minibus noirs aux vitres teintées et les berlines qui s'agglutinent le long du château. Pour pénétrer dans l'enceinte, les hommes en smoking et les femmes en

tenue de soirée montrent leur carton d'invitation à l'entrée. Ils ont été invités par la confrérie des Chevaliers du tastevin pour la cérémonie la plus prestigieuse de l'année. Chaque mois, cette confrérie organise une soirée de gala, qu'elle nomme « chapitre », pour honorer ses différentes clientèles.

Les convives sont d'abord invités à se rendre au premier étage dans la salle d'armes. Des musiciens déguisés en troubadours attendent que la foule s'installe. Puis ils soufflent dans leurs trompettes pour annoncer l'arrivée des membres de la confrérie. Le cortège, uniquement composé d'hommes, se fraie un chemin parmi la foule avant de prendre place sur l'estrade.

Dans quelques instants, sous le regard de Louis-Marc Chevignard, le grand connétable, Vincent Barbier, le grand maître, va introniser une dizaine de nouveaux ambassadeurs des grands crus de Bourgogne. Plusieurs personnes sont appelées à rejoindre l'estrade. Un des membres fait rapidement un discours pour décliner leur biographie. Le grand maître s'approche des impétrants et lève son cep en reprenant les gestes du baptême : « Par Noé, père de la vigne, par Bacchus, dieu du Vin, par saint Vincent, patron des vignerons, je vous déclare ambassadeur des vins de Bourgogne. »

Ces invités venus du monde entier sont ainsi intronisés. Le grand maître reprend la parole pour clore la séance : « Vivons heureux ! »

Ce rituel s'inspire du théâtre burlesque et ne se veut pas sérieux. Je suis assis à côté d'une interprète chinoise qui me confie : « C'est très émouvant pour nous d'assister à cette cérémonie, même si on ne comprend pas grand-chose. On sent les racines de votre culture et de votre histoire qui vient de loin. J'adore ! »

Dans la cour intérieure du château, des hommes en uniforme de chasse à courre attendent et discutent entre eux. À un moment, ils se mettent en arc de cercle pour faire sonner leurs cors, qui annoncent l'arrivée des nouveaux intronisés dans la cour et marquent le début du cocktail. Les nouveaux membres se mêlent aux anciens de la confrérie, qui portent autour du cou leur tastevin, un récipient en métal de petite taille utilisé pour goûter le vin et qui sert de médaillon, tenu par un ruban rouge et jaune rappelant les couleurs de la Bourgogne. Je reconnais certains vignerons célèbres et des négociants. Dans la cour, j'entends parler

français, mais surtout anglais, néerlandais, russe ou chinois. Les invités se promènent et circulent entre les vieux pressoirs disposés là. De grandes photos en noir et blanc représentant des moines décorent la cour, soulignant notre dette envers le savoir des ordres monastiques qui ont contribué à l'implantation de la viticulture en Bourgogne.

Un serveur s'approche d'une corde pour faire sonner le tocsin annonçant la fin du cocktail. Le cellier peut désormais accueillir les six cents convives triés sur le volet pour ce chapitre le plus important de l'année. Ils vont partager un dîner qui sera rythmé par les chants des Cadets de Bourgogne, un chœur polyphonique, et les discours potaches des membres de la confrérie. Avant le repas, les Cadets de Bourgogne donnent le ton. Les membres de cet ensemble incarnent la Bourgogne populaire avec leur habit noir et blanc. Parmi eux, il n'y a pas de vignerons et la plupart sont devenus des professionnels de la chanson. Ils interprètent des chants folkloriques pour la clientèle internationale, qui semble apprécier cette forme d'exotisme. Ils maîtrisent parfaitement leur répertoire et proposent notamment aux convives de partager un rituel, une expérience commune. Chacun est invité à faire tourner sa serviette au-dessus de sa tête pendant l'hymne de la Bourgogne ou à reprendre le refrain du fameux ban bourguignon « lala lala lalalalalère », que même les étrangers peuvent chanter en tapant des mains. L'ambiance devient joviale, et les étrangers sont incités par leurs amis bourguignons à participer à ce petit rituel qui détend l'atmosphère. La promotion des vins est associée aux spécialités culinaires locales, avec les fameux escargots de Bourgogne ou les œufs en meurette.

Toute cette cérémonie a été maintes fois répétée depuis des lustres, car la confrérie organise onze chapitres (dîners de gala) dans l'année pour promouvoir les vins locaux auprès de sa clientèle et des prescripteurs. Les invités doivent passer un moment exceptionnel pour qu'à leur retour ils racontent avec émotion cette expérience unique, propageant ainsi l'image d'une Bourgogne authentique et chaleureuse.

Dans la foule, Arnaud Orsel, l'intendant de la confrérie, veille au respect du protocole et du timing. La confrérie n'est plus uniquement une association fraternelle de vignerons et de négociants. Elle s'est professionnalisée en une entreprise, la Société bourguignonne de promotion et d'édition, dont les vingt salariés assurent l'organisation de

multiples manifestations toute l'année. Elle est au cœur d'une stratégie collective pour construire, entretenir et élargir la notoriété des grands crus de Bourgogne. On saisit mieux à quel point le sens de l'hospitalité apparaît comme un élément déterminant dans la construction de sa réputation.

L'objectif de ces chapitres et soirées de gala consiste à réunir des personnes qui, par leur plume, leur voix ou leur situation sociale, vont parler de la Bourgogne en France et dans le monde entier. La confrérie compte de nos jours plus de douze mille membres et s'appuie sur plus de soixante-dix sous-confréries, assurant ainsi le prestige des vins de par le monde.

Cette confrérie des Chevaliers du tastevin est bien plus ancienne que la confrérie de Belnus, croisée dans les rues de Beaune. Elle incarne la puissance collective des grands vins de Bourgogne. Elle est le fruit d'une alliance entre vignerons et négociants pour créer une nouvelle forme de solidarité et construire un discours collectif sur cette production régionale. Elle a été créée dans les années 1930, à l'initiative de Georges Faiveley, un grand négociant-propriétaire, et de Camille Rodier, un historien local. Alors que la région traversait une crise de mévente, ils ont imaginé cette manifestation pour faire la promotion des grands crus auprès du monde médiatique parisien et sortir du marasme. Faiveley a mis à la disposition de ses activités le château du Clos Vougeot, une ancienne abbaye cistercienne, au beau milieu de la côte de Nuits. Tout au long de l'année, la confrérie y organise des chapitres qui permettent de construire et de renforcer des liens avec ses membres, leur clientèle et des influenceurs du monde politico-médiatique. Camille Rodier s'est appuyé sur ses recherches pour créer de toutes pièces un folklore. Il s'est inspiré des chevaliers de la Table ronde et des confréries bachiques ayant existé il y a deux ou trois siècles. Il a inventé un uniforme : une robe d'inspiration médiévale en velours aux couleurs or et pourpre, soulignant l'alliance entre les vins rouges et blancs de Bourgogne. Les cérémonies empruntent au théâtre burlesque pour créer une atmosphère comique et chaleureuse. L'idée consiste à reprendre l'humour potache et à se moquer du faste façon Molière, tout en s'inspirant de la philosophie rabelaisienne faisant l'éloge de la fête, du plaisir et des beuveries.

Sur un mur de la cour, de nombreuses photos de groupes prises lors des différents chapitres sont accrochées. À l'heure de l'élargissement du marché, les Chinois et les Asiatiques rejoignent la clientèle des vignerons bourguignons. Il faut alors renouveler son savoir-faire, faire appel à des interprètes, à des intermédiaires capables de nouer des liens avec ces acheteurs qui raffolent des grands crus.

Le dimanche matin, je me rends de nouveau à Beaune pour assister au deuxième acte des Trois Glorieuses : la vente des Hospices de Beaune. Cette manifestation largement médiatisée sert à financer les activités de cet établissement public.

Comme chaque fois, un parrain et une marraine officient sur l'estrade avec un commissaire-priseur chargé de conduire les ventes. Cette année, la cent cinquante-troisième vente se déroule sous la houlette de Jean-Pierre Castaldi et de Clotilde Courau. Depuis 2005, les Hospices ont confié l'organisation de la vente à Christie's, la célèbre maison de vente aux enchères, qui appartient désormais à François Pinault par le biais de sa société Kering.

Dans quelques instants, la vente va débiter sous la halle de la ville qui jouxte l'hôtel-Dieu. Elle a été aménagée pour l'occasion avec une moquette rouge et des sièges de gala au velours rouge, afin d'accueillir les trois cents personnes triées sur le volet. Un espace latéral est réservé à la presse. Sur l'estrade principale, les différents responsables des organisations professionnelles viticoles s'installent en compagnie du maire, des responsables des Hospices et des parrains de la vente. Le commissaire-priseur prend place à son pupitre pour lancer les affaires. Dehors, la foule s'est agglutinée derrière les vitres pour assister au spectacle. Des haut-parleurs ont été disposés pour qu'elle suive les enchères.

Les négociants, qui sont les seuls à pouvoir acheter, viennent accompagnés de leurs meilleurs clients. Ils disposent d'un numéro pour enchérir sur les cinquante cuvées qui vont être vendues en quelques heures. En attendant le coup d'envoi, ils feuilletent le catalogue détaillant les différentes pièces proposées. Dans la salle, je reconnais les grands négociants de la Bourgogne, quelques figures du monde du vin comme

l'œnologue bordelais Michel Rolland, ou les journalistes Michel Bettane et Bernard Pivot, qui sont venus assister à l'événement. La présence chinoise est de plus en plus visible.

S'il y a une partie de folklore dans l'événement, c'est avant tout un rendez-vous professionnel important. On sent une tension monter parmi les négociants venus acheter. Les visages sont concentrés pour ne pas manquer la pièce visée. Beaucoup ont les yeux rivés sur le grand tableau électronique aux chiffres rouges affichant successivement le nom du lot mis à la vente et son prix de départ. Des appariteurs se positionnent, debout, au milieu des deux couloirs. Ils tournent le dos au commissaire et sont prêts à signaler le moindre geste dans la salle indiquant une enchère.

Le commissaire-priseur de Christie's mène la vente à un rythme très soutenu pendant plus de deux heures. Dans la salle, plusieurs clients chinois se distinguent en achetant en masse. Dans les traverses, certains se plaignent de leur attitude qui fait monter les prix, leur interdisant d'acheter au « vrai prix ». Un négociant assis à côté de moi bougonne qu'il devient impossible d'acheter, mais il va tout de même tenter d'enchérir sur des pièces moins convoitées.

Toutes les grandes maisons de négoce sont là. Il y a les plus connues, comme Faiveley, Bichot, Latour, Boisset, Patriarche et Drouhin, avec leurs représentants qui lèvent fréquemment leur ardoise pour enchérir. Dans la salle, j'écoute les conversations : tout le monde s'accorde à dire que les prix ne font qu'augmenter, provoquant des tensions palpables entre les potentiels acquéreurs. D'autres se plaignent de changements dans les règles du jeu et déplorent l'arrivée de nouveaux négociants qui jusqu'ici ne prenaient pas part aux enchères. Je me déplace vers un homme qui participe régulièrement à la bataille sans jamais pouvoir acheter. Il est perplexe : « C'est du délire, on ne sait plus qui achète, les prix sont trop hauts et je ne comprends pas, car il y a de plus en plus de particuliers... cela va nous tuer. »

L'élargissement des acteurs ne satisfait pas tout le monde. Un négociant bourguignon assis au fond de la salle s'inquiète : « On va se faire bouffer par les Chinois le jour où l'un d'entre eux pourra être négociant. »

Et voici le clou de la matinée : la vente de la « pièce du Président », un tonneau de vins de 456 litres. L'intégralité du montant de sa vente sera remise à une association qui s'occupe d'une maladie orpheline. Le

commissaire-priseur cède la parole au maire de la ville et confie son marteau à Clotilde Courau. Jean-Pierre Castaldi se charge, quant à lui, de chauffer la salle. Après avoir présenté l'association soutenue cette année par les Hospices, Clotilde Courau invite le public à être généreux et se fixe comme objectif de battre le record de l'année précédente, réalisé par Carla Bruni-Sarkozy.

L'événement le plus retentissant de cette nouvelle édition ne sera pas le montant (très modeste, cette année), mais l'achat de la pièce du Président par une Chinoise. C'est en effet madame Cao Yan Hong, la cliente de Didier, qui vient de l'acquérir. Elle réitérera en 2016 en s'associant avec le propriétaire de l'hôtel *Le Cep*.

La vente s'achève sur un constat général : les prix ont encore considérablement augmenté malgré la qualité moyenne des vins. On a battu un nouveau record avec plus de 6 millions d'euros. Cette tendance se poursuivra les années suivantes. En 1985, le prix moyen d'une pièce était de 41 000 francs (environ 6 000 euros) contre près de 17 000 euros en 2018.

Dans un épais brouillard, j'emprunte la nationale 6, le lundi matin, pour me rendre au dernier événement qui clôt les Trois Glorieuses : la Paulée de Meursault. Je suis l'étroite route des grands crus qui traverse la côte de Beaune, célèbre pour ses petites parcelles entourées de murs en pierres sèches. Le classement des vins est déterminé par la localisation de ces parcelles, quel que soit le propriétaire. Il y a les « appellations régionales », dont les vignes situées dans les plaines produisent le plus souvent des vins génériques ; il y a les « villages », qui sont plutôt situés sur les piémonts ; puis les grands crus et les premiers crus, qui se trouvent sur les coteaux dominant les bourgs. Cette classification humaine qui désigne une partie du vignoble comme « excellent » est un enjeu déterminant pour la construction de la notoriété.

La côte de Beaune est le fief du chardonnay, qui s'étend sur un petit vignoble et donne naissance aux grands vins blancs (meursault, puligny-montrachet, corton-charlemagne, Montrachet, etc.) si convoités dans le monde entier.

Historiquement, la « paulée » était le repas qui réunissait toute la famille des propriétaires d'un domaine avec leurs employés pour fêter la fin des vendanges. La Paulée de Meursault n'est désormais plus cette fête privée, familiale, interne à l'exploitation viticole. Il s'agit aujourd'hui d'un déjeuner-banquet qui se déroule au château de Meursault et réunit plus de cinq cents personnes, où se mêlent vignerons, négociants et leurs meilleurs clients venus du monde entier.

C'est un vigneron, Jules Lafon, alors maire de Meursault, qui eut l'idée de cette manifestation pour médiatiser la notoriété de ses vins blancs. Le sociologue Gilles Laferté rappelle dans son ouvrage sur la Bourgogne que cet événement a été imaginé dans les années 1930, à un moment où les vins de Bourgogne connaissaient des difficultés. Lafon faisait alors partie du Club des Cent, à Paris, et fréquentait le maire de Dijon, Gaston Gérard, un grand connaisseur des techniques de communication. Leur idée consistait à attirer les « faiseurs d'opinion » de l'époque pour leur faire vivre un moment exceptionnel. Très vite, les invitations ne se sont plus limitées au milieu politico-économique des cercles parisiens. Déjà, dans ces années-là, des journalistes du *New York Times*, du *Herald Tribune* venaient y assister et parlaient de la Paulée dans leurs colonnes. Aujourd'hui, les places sont rares et difficiles à obtenir pour les passionnés du vin du monde entier.

L'ambiance est beaucoup plus décontractée qu'à la soirée de gala du Clos Vougeot. Les hommes ont délaissé leur smoking et arrivent en chemise avec un panier contenant deux ou trois bouteilles de leur collection personnelle, qu'ils vont partager avec leurs voisins de table pendant le repas.

Pour les invités venus de loin, la Bourgogne correspond alors à l'image d'une France authentique. Les clients peuvent avoir un contact direct avec les trente-cinq producteurs bourguignons qui ont fait le déplacement. Un trader hongkongais est tout excité d'assister à sa première Paulée : « Ici, je rencontre enfin mes héros, je vais pouvoir boire, chanter et danser avec eux. »

Avant le repas, Philippe Ballot, vigneron à Meursault et organisateur de la Paulée, monte sur l'estrade avec le maire du village et la propriétaire des lieux, la veuve Boisseaux, pour remettre le traditionnel prix littéraire annuel de la manifestation.

Cette année, c'est le philosophe Michel Serres qui est à l'honneur pour son livre *Petite Poucette*, proposant une analyse de la mondialisation. Philippe Ballot prend la parole pour évoquer l'ouvrage et félicite le philosophe, car *Petite Poucette* permet aussi aux vignerons bourguignons de mieux saisir les évolutions du monde.

C'est au tour du philosophe de s'adresser à l'auditoire, qui montre des signes d'impatience. Michel Serres, par son talent oratoire, captive rapidement la foule française, tandis que les étrangers, même s'ils ne comprennent pas, écoutent poliment. L'auteur a pris le temps de composer un texte en alexandrins, où il mélange savamment son parcours, son rapport au vin et son analyse de la mondialisation de la production vinicole. Il gagne rapidement la sympathie de la salle après avoir qualifié le blanc de Meursault de « meilleur vin blanc de l'univers ». Il fait ensuite rire l'auditoire lorsqu'il évoque la remise de ce prix qui lui attire une pluie de menaces venant de sa famille originaire d'Aquitaine « qui boit plutôt du bordeaux ». Il invite l'assistance à « ne pas rester dans les mêmes sabots » et loue la curiosité pour aller goûter les vins des autres régions françaises et surtout du monde entier. Il exhorte les Français : « Franchis les frontières des pays de France, visite l'Afrique du Sud, le Chili et l'Australie, arrête un moment ton errance dans la Napa Valley de Californie. Si tu ne bois pas là, tout de suite, meurs imbécile. »

Après Michel Serres, les Cadets de Bourgogne chauffent la salle avec des chants locaux. Rapidement, les serviettes volent au-dessus des têtes, et les invités reprennent en chœur le célèbre refrain « lala lala lalalalalère ».

Des personnes se lèvent pour partager leur bouteille avec des invités assis à d'autres tables. Dans un intense brouhaha, l'ambiance est joviale, et les serveurs ont beaucoup de mal à se faufiler entre les tables. Certains cherchent à approcher Louis Ng Chi Sing, le nouveau propriétaire du château de Gevrey-Chambertin, accompagné de quatre jeunes Chinoises qui tapotent sur leur smartphone, comme pour donner raison à Michel Serres. Ce riche Chinois, propriétaire de plusieurs casinos à Macao, est un grand collectionneur de vins qui a apporté quelques flacons de sa cave personnelle. Il suscite l'intérêt, car beaucoup de vignerons et de commerçants bourguignons rêveraient de voir leur production vendue dans l'empire du jeu chinois.

Depuis quelque temps, la Paulée s'exporte aux États-Unis. C'est Daniel Johnnes qui a eu l'idée d'organiser sa première édition à New York en 2000, puis finalement une année sur deux à San Francisco. Cet ancien sommelier a été parrainé par des vignerons bourguignons, dont les Lafon. Daniel Johnnes a expliqué au quotidien *Le Monde* ⁸ les raisons de son choix : San Francisco est désormais la capitale américaine du vin, mais New York continue à jouer un rôle moteur dans la construction des normes en matière de goût et de tendance⁹. Johnnes poursuit : « New York est devenu un lieu très élaboré sur le plan de la nourriture. Et le vin y est associé aux notions de bon goût, de sophistication et de bonne santé. »

Le marché américain demeure important pour les vins de Bourgogne, et une tendance lourde s'y dégage. Les amateurs sont à la recherche du vigneron artisan passé en bio et qui se tourne éventuellement vers la biodynamie. Les Bordelais semblent avoir perdu du terrain avec ce type de clientèle, faute de s'être intéressés aux évolutions récentes de la viticulture. Les Bourguignons font l'éloge du terroir, de la qualité du raisin et de leur enracinement, quand les Bordelais mettent en avant leur savoir-faire dans la vinification, l'assemblage, et investissent dans les infrastructures magnifiées par les plus grands architectes.

Le chapitre du Clos Vougeot, la Paulée ou la vente des Hospices de Beaune relèvent d'un projet collectif. Les Trois Glorieuses contribuent à fabriquer des ambassadeurs de la Bourgogne qui feront la promotion de ses grands crus dans le monde entier. C'est un travail aussi important que le soin apporté à un pied de vigne. De nombreux acteurs de la viticulture consacrent un temps considérable à recevoir ou à visiter leur clientèle en proposant ce type de manifestations.

Les confréries sont sans aucun doute une des grandes forces des trois régions françaises que sont le Bordelais, la Bourgogne et la Champagne. Ces organisations collectives ont peu à peu permis de constituer et d'élargir une clientèle de plus en plus éloignée des bassins de production.

Philippe Ballot, l'organisateur de la Paulée, peut souffler après ces trois jours intenses. Il a particulièrement apprécié le discours du philosophe français et s'interroge avec moi sur l'évolution de la consommation en

Asie. Il me confie qu'il songe, à l'instar des Bordelais qui ont délocalisé Vinexpo, à exporter la Paulée de Meursault à Hong Kong ou à Shanghai pour nouer des liens avec cette nouvelle clientèle chinoise.

7 Marie Protet, « Beaune : ils lancent un nouveau club dédié au vin », *Le Bien public*, 23 mars 2014 (<https://www.bienpublic.com/cote-d-or/2014/03/23/ils-lancent-un-nouveau-club-dedie-au-vin>).

8 Sylvain Cypel, « À New York, le bourgogne à l'abri de la crise », *Le Monde*, 10 juin 2013 (https://www.lemonde.fr/argent/article/2013/06/10/a-new-york-le-bourgogne-a-l-abri-de-la-crise_3426546_1657007.html).

9 En 2013, le chef Michel Troisgros et le chef français installé à New York Daniel Boulud ont officié en cuisine et proposé un dîner arrosé des meilleurs vins de Bourgogne pour une soirée de gala à 3 650 euros la place.

OceanofPDF.com

La tentation du superflu

Avant de poursuivre notre voyage à travers ce *wine rush*, je dois une petite explication au lecteur. Qu'est-ce qu'un anthropologue qui ne parle pas le mandarin et qui n'est pas sinologue peut bien faire en Chine, à s'intéresser à cette folie de consommation ?

Si je ne connais pas grand-chose à la société chinoise, je m'y connais un peu en postcommunisme. En tant qu'anthropologue, j'ai observé et analysé, à partir de l'effondrement du mur de Berlin et de l'ex-URSS, l'émergence de la société de consommation dans l'ancienne Yougoslavie, en Ouzbékistan ou au Kirghizstan. Les milliers de Chinois qui se pressent aujourd'hui à Hong Kong pour consommer me rappellent la frénésie marchande au moment de la chute du Mur en 1989. Il y a quelque chose de commun entre ces Allemands de l'Est, ces Russes ou ces Chinois : un désir de marchandises inédit relie désormais le monde occidental capitaliste au monde postcommuniste allant de Moscou à Pékin. C'est au tour des Chinois de se ruer à Paris ou à Londres, dans nos boutiques de luxe, nos caves ou nos restaurants. Un anthropologue travaille de plus en plus sur des situations de contacts interculturels, qui ne mènent pas pour autant à un monde indifférencié. Même si certains ont vu dans la chute du mur de Berlin la fin de l'histoire et l'émergence d'un monde uniforme, les transformations observées montrent que c'est loin d'être le cas.

De mon point de vue, les Chinois qui vont au contact d'une nouvelle réalité sociale font écho aux files de Trabant au lendemain de la chute du Mur : ces petites voitures, toutes identiques, se ruaient massivement vers

les supermarchés ouest-allemands pour assouvir avant tout une envie personnelle. Les millions d'Allemands de l'Est s'autorisaient enfin à acheter quelque chose pour eux-mêmes ou à partager un plaisir en famille, entre amoureux ou entre amis. C'est un moment historique d'expression très fort : le désir de posséder quelque chose à soi et pour soi, comme une affirmation d'intimité que la marchandise venait incarner.

Mon regard se nourrit aussi de ma propre expérience personnelle et familiale, celle d'un Français d'origine yougoslave qui baigne depuis tout petit dans l'univers communiste. Je suis né et j'ai grandi en France, mais tous les étés, nous allions en Yougoslavie rendre visite à ma famille paternelle. Notre départ s'organisait bien à l'avance, car nous avions des commandes à préparer : celles des cousins, des oncles, des tantes et des grands-parents, tous réclamant certains produits que l'on ne trouvait pas chez eux. Nous apportions du café, des tee-shirts, des médicaments, des chaussures, des appareils photo et bien d'autres objets.

Bref, le coffre de la voiture était plein à craquer quand nous traversions l'Europe. Sur la route, nous doublions parfois des Algériens aux galeries de voiture surchargées de vélos, de machines à laver. Eux traçaient vers le sud pour prendre le bateau jusqu'à Alger, tandis que nous filions vers Gênes et Venise, avant le stress du passage de la frontière italo-yougoslave à Gorizia. Nous croisions ensuite d'innombrables voitures chargées à bloc et conduites par des *Gastarbeiter* (travailleurs immigrés) turcs, appuyant sur le champignon pour gagner au plus vite Istanbul. Ils fonçaient sur une route tristement célèbre en Europe pour sa dangerosité. Notre condition commune était d'être des itinérants estivaux allant ravitailler ceux que nous aimions.

J'ai compris bien plus tard que nous avions un point commun supplémentaire avec les Algériens : nous venions d'un pays socialiste soumis à un régime autoritaire où, comme en Chine, l'État et ses bureaucrates étaient obsédés par le contrôle permanent. Ils voulaient réguler tous les flux qui traversaient leur société. Avec la censure, l'État entendait superviser la circulation des idées, mais aussi la mode, la musique ou le cinéma. Lors des passages aux frontières, très surveillés, les douaniers limitaient strictement l'entrée des marchandises liées à ces domaines.

Les collègues qui ont étudié tout cela de près, ou les écrivains qui ont eu le courage de décrire la réalité des pays communistes, nous ont appris que ce contrôle absolu n'a jamais existé pleinement. D'une part, les fourmis migrantes ont transpercé cette norme sociale en réussissant à faire passer toutes sortes de produits¹⁰. De leur côté, les fonctionnaires chargés de ces régulations passaient leur temps à bafouer le système par la corruption et le clientélisme. Certains, plus opportunistes que d'autres, consacraient même toute leur énergie à calculer comment ils pouvaient tirer profit personnellement de leur position de pouvoir dans l'administration pour accéder à des privilèges. Ils étaient des fonctionnaires aux ordres, mais aussi des hommes et des femmes ayant des cousins, des amis à favoriser. Cette logique s'est généralisée à la fin des années 1980 dans le monde socialiste avec l'ouverture sur l'extérieur. Les difficultés d'accès aux biens et aux services ont donné une coloration particulière à la vie sociale. Un système de corruption généralisé s'est mis en place pour obtenir un produit alimentaire, un frigo, un diplôme, un travail, un appartement. C'est ce que l'on a appelé le ZIS¹¹ en Union soviétique, et c'est ici qu'il y a un rapprochement important à faire avec le rôle incontournable du *guanxi* (réseau) dans la Chine postcommuniste.

Dans les années 1980, mon père était un peu comme l'oncle d'Amérique quand il rentrait au pays avec sa valise bourrée de cadeaux. D'ailleurs, notre séjour commençait toujours par l'ouverture des bagages et la distribution du nécessaire, les médicaments, puis suivaient le café, les tee-shirts et d'autres produits plus inavouables. Comme ceux de mon oncle, fervent communiste, qui nous demandait de lui rapporter des magazines de voitures de luxe ! Son rêve était de s'acheter une Mercedes ou une Audi, et il trouvait que mon père faisait pâle figure avec son Alfa Romeo. Ingénieur, il a travaillé une grande partie de sa vie en Irak dans le génie civil pour pouvoir s'offrir ce rêve. Aujourd'hui, sa belle Audi grise, achetée en 1985, ne roule presque jamais et dort dans un garage sous clé, comme une pièce de collection matérialisant la quête d'une vie !

Plus tard, ma formation d'anthropologue m'a conduit à observer les suites de l'effondrement de l'URSS. Comme beaucoup de jeunes Français, je suis parti en 1996 pour remplir mes obligations militaires. Nous, les diplômés, allions à l'étranger pour échapper au destin de nos amis moins

chanceux qui s'ennuyaient à mourir dans les casernes. Parmi les privilégiés dont je faisais partie, les plus « pistonnés » étaient envoyés à Moscou ou à New York. Le Quai d'Orsay m'avait réservé une destination plus exotique : Tachkent et l'Ouzbékistan de la dictature postcommuniste d'Islam Karimov !

Je suis resté quatre ans dans ce pays considéré comme l'une des anciennes républiques socialistes soviétiques parmi les plus fermées, située à la frontière de la Chine et de l'Afghanistan. J'ai d'abord travaillé à l'ambassade de France, puis j'y suis resté pour faire ma thèse. Là-bas, j'ai cherché à comprendre le moment historique si particulier d'une société marquée par l'effondrement du système soviétique. En 1996, le quotidien était compliqué, car on ne trouvait pas grand-chose à acheter, et une grande partie de notre temps était consacrée à la recherche de denrées. J'étais mis en présence d'un monde où des personnes vivaient la mobilité sociale descendante. J'habitais à côté de Tizikovka Bazar, un marché aux puces où des professeurs et des médecins retraités vendaient trois paires de chaussettes tricotées, de vieux appareils photo soviétiques ou quelques cigarettes à l'unité. Phénomène que je n'ai d'ailleurs jamais observé au cours de mes enquêtes en Chine.

J'ai en même temps été confronté à l'émergence d'une société qui s'affichait outrageusement : de nouveaux riches amateurs de grosses voitures allemandes, de maîtresses et de belles bouteilles dans des discothèques arboraient sans scrupule leur débauche et leurs dépenses. Dans cet univers postcommuniste, il s'agissait de jouir et de mettre le plaisir au centre de sa vie. J'ai assisté à l'apparition des nouvelles maisons kitsch d'inspiration hollywoodienne à Tachkent et dans les grandes villes. Les personnes osaient désormais exprimer leurs inclinations, leurs préférences et s'autorisaient un désir de marchandises. C'est dans cette perspective historique qu'il faut comprendre la frénésie de consommation, qui paraît souvent si vulgaire aux yeux des Occidentaux. Ces nouveaux riches débarquent à Paris, à Saint-Tropez ou à Megève, et deviennent la risée d'élites occidentales qui jalourent leur fortune et stigmatisent leurs comportements.

Or, pour eux, c'est l'expression paroxystique d'un ras-le-bol général du diktat de l'État sur ce qu'il faut penser, écouter, boire, manger ou porter ! Il faut dès lors prendre en considération une autre dimension déterminante

dans cette ruée vers les marchandises et le luxe en particulier : quelle est la place du plaisir dans la vie sociale ?

Cette question ne concerne pas que la Chine et le monde postcommuniste. La place prise par la consommation renvoie à un vieux débat philosophique entre Voltaire et Rousseau, sacrament abîmé par Karl Marx et tous les régimes politiques d'inspiration marxiste. Les deux philosophes se sont opposés sur une idée simple : vivons-nous pour satisfaire nos besoins vitaux ou vivons-nous pour d'autres motifs plus superflus ? Pour Voltaire, on ne mange pas que pour s'alimenter, on ne boit pas que pour s'hydrater, on ne s'habille pas que pour se protéger du froid et on ne lit pas que pour apprendre... Dans tous ces gestes, il y a du superflu, du plaisir personnel, des émotions, des sentiments, une volonté de se rapprocher et de se distinguer. Tout type de consommation renferme donc des enjeux – ce n'est plus seulement un débat philosophique et une question sur la nature humaine, c'est aussi un problème de lien social.

Parce qu'ils ont vécu l'expérience communiste, on peut aisément considérer que les postcommunistes et les Chinois sont du côté de Voltaire. À ce moment de leur histoire, ils apprécient le luxe pour exprimer leur intimité, leur plaisir et leur individualité, mais aussi parfois pour subvertir l'ordre social.

Avant de débarquer à Pékin, j'étais bercé de stéréotypes sur la transformation radicale du pays, tout en gardant en tête quelques images persistantes d'une Chine éternelle : des gens par milliers se déplaçant à vélo, des citoyens habillés de la même manière se rendant docilement à leur travail. C'est bien sûr un cliché qui n'a plus sa place dans la capitale aujourd'hui. On croise de nombreuses voitures, on voit une quantité de magasins de luxe et on assiste à une débauche de consommation.

Le désir matériel n'est pas une invention moderne, mais nous vivons plus que jamais entourés d'objets et de marchandises venus du monde entier. Le principe d'accumulation semble s'être étendu à la planète entière comme jamais. Cette omniprésence de la consommation ne se résume pas à la question de la diffusion du capitalisme, pas plus qu'à celle de la possession. Sa montée en puissance transforme la vie sociale et la vie publique de très nombreuses sociétés, et les mondes communistes n'y échappent pas. Ce ne sont pas seulement les forces du marché, mais les États et l'action publique qui jouent un rôle central dans son organisation

et sa régulation. Cette consommation peut alors apparaître aussi bien comme une forme de libération, de subversion, que comme l'expression d'une sorte d'aliénation.

[10](#) En particulier en Yougoslavie, où les citoyens avaient le droit d'émigrer et de circuler, contrairement aux autres pays du bloc soviétique.

[11](#) Il s'agit du nom d'une célèbre berline soviétique réservée à la nomenklatura, mais c'est également l'acronyme de *znakomstvo i svyazi*, qui signifie « connaissances et relations ».

OceanofPDF.com

Vinexpo déménage

Je suis de retour à Hong Kong au printemps 2016. J'ai rendez-vous au Convention Centre avec Anne Cusson pour évoquer ma présence à la septième édition de Vinexpo Asia-Pacific. Anne n'a pas beaucoup de temps à m'accorder, le salon ouvrant dans quelques heures. Elle me donne carte blanche pour observer l'ensemble de leurs activités et me glisse quelques conseils indispensables pour suivre la multitude d'événements qui se dérouleront pendant ces trois jours intenses. Plus de mille exposants du monde entier vont croiser les quinze mille visiteurs venus de trente-trois pays.

Le président de Vinexpo n'est pas très loin. Cet homme distingué, en costume-cravate et chaussures noires, vient interrompre notre conversation, car il veut me communiquer son enthousiasme. Son visage est un peu tendu et il fait les cent pas, impatient d'ouvrir le salon. Il fait tourner sa lourde montre à son poignet tout en remettant sa chevalière, avant de se lancer dans un discours rythmé par quelques chiffres clés qu'il communiquera bientôt au parterre de la centaine de journalistes qui se sont déplacés : « Tous les feux sont au vert pour le développement de la consommation du vin dans le monde. Quelque 31 milliards de bouteilles de vin y sont consommées chaque année, avec une augmentation de 4 % depuis 2006... La Chine fait désormais partie des cinq plus grands marchés, avec une augmentation de 34 % ! Vinexpo prévoit une hausse de 54 % de la consommation dans ce pays d'ici à 2018... Un potentiel énorme pour tous nos vignerons et commerciaux ! Une dernière info, que

beaucoup de Français ignorent : la Chine est déjà sixième producteur mondial de vin, et il faut s'attendre à ce qu'elle soit la première d'ici à 2020. Et il ne faut pas la craindre, car plus le monde produit et boit du vin, mieux c'est pour Bordeaux et les vins français. »

Gregory So, ministre du Commerce et de l'Économie de Hong Kong, souligne : « Nous avons travaillé très dur pour développer un environnement idéal pour l'industrie du vin ici. En 2008, nous avons supprimé toute forme de taxe sur le vin. Depuis, Hong Kong a récolté les fruits de cette stratégie en devenant le centre névralgique de l'économie du vin en Asie. »

Tous les opérateurs se tournent vers l'Asie et le rôle grandissant de la Chine dans le monde du vin. Dans la brochure fournie à la presse, quelques données sont mises en valeur : le marché des vins et spiritueux représentait 142 milliards de dollars (dont 18 pour le vin) en 2011 pour l'Asie ; et les observateurs du marché prévoient une augmentation de plus de 50 % de la consommation de vin dans les quatre ans^{[12](#)}.

Un salon comme Vinexpo est un lieu d'observation idéal pour découvrir les acteurs qui orchestrent la circulation de cette marchandise. J'ai l'opportunité d'appréhender les interactions sociales de cet univers du vin. Le salon est surtout réservé aux professionnels : producteurs, négociants et commerciaux du monde entier s'y rencontrent dans l'espoir de développer de nouveaux marchés. Ce qui n'empêche pas qu'un public d'avertis et de passionnés se rend également sur le salon.

Deux grands halls abritent des centaines de stands de plus ou moins grande taille. Leur superficie reflète le poids des entreprises et des pays dans l'économie mondiale du vin. Les poids lourds du marché viennent essentiellement d'Europe, en particulier de France, d'Italie et d'Espagne, puis des États-Unis et plus généralement du Nouveau Monde. Quelques entreprises comme les maisons Rémy Cointreau, Pernod Ricard, Castel Frères, les champagnes Louis Roederer, Baron Philippe de Rothschild ou Bernard Magrez Grands Vignobles ont leur propre stand. Elles gardent une coloration nationale, mais elles sont désormais des groupes internationaux avec des vignobles et des marques implantés dans le monde entier.

Il y a ensuite des pavillons par pays, où une série de petits stands accueillent quelques vignerons de différentes régions viticoles (Espagne, Italie, Chili, Argentine, Australie, Afrique du Sud). Des régions françaises ont également leur propre allée avec une dizaine de stands, comme ceux du Languedoc, de la Bourgogne ou de la vallée du Rhône. Des pays nouveaux venus dans la production vinicole veulent symboliquement marquer leur présence et disposent d'un pavillon important. Ainsi de la Chine, qui met en valeur dans un seul lieu ses grandes entreprises de l'industrie viticole, comme Dynasty, Grace Vineyard ou encore Changyu.

Dans les dizaines d'allées qui se répartissent sur deux étages, les stands exposent de très belles photos de paysages et de vignobles pour faire la promotion de leur vin. Devant certains d'entre eux, des hôtes, en tailleur ou minishort, distribuent des tracts ou proposent un verre de dégustation aux passants. Ce matin-là, une foule essentiellement chinoise se presse devant le pavillon néo-zélandais : deux danseurs maoris, en tenue traditionnelle, s'apprêtent à faire la célèbre danse du *haka*, popularisée par leur équipe de rugby, devant un public médusé. Je suis étonné que la culture maorie soit associée au vin, sachant que la progression du vignoble en Nouvelle-Zélande est avant tout liée à l'implantation de colons blancs et à la soumission des autochtones.

Sur le salon, les différents messages de communication utilisent abondamment l'image de l'autochtonie, de la tradition et d'une continuité historique pour donner une profondeur immatérielle aux vins. Les stands proposent des dégustations au tout-venant, mais aussi à des commerciaux en quête de produits à vendre. En arrière-plan, il y a également des tables dans des alcôves où vendeurs et acheteurs peuvent discuter affaires et contrats. Le salon concentre une grande variété d'opérateurs, des petits vignerons qui possèdent quelques hectares de vignes produisant des vins assez chers à de grands groupes de l'agro-industrie qui fabriquent aussi bien des vins industriels à 2 euros le litre que de grands crus à plusieurs centaines d'euros. Le salon permet ainsi de prendre conscience qu'il n'y a pas de frontière nette entre les différents univers de production.

Vinexpo ne se limite pas à des échanges commerciaux directs, d'autres professions sont présentes sur le salon : des intermédiaires comme les journalistes spécialisés, les sommeliers ou les œnologues jouent un rôle

déterminant. Ce petit monde de prescripteurs influence et oriente les consommateurs dans leurs achats. « Facilitateur » de rencontres, Vinexpo organise toute une série d'événements traduits simultanément en français, en anglais et en chinois. Dans les petits salons et les salles de séminaire qui jouxtent les deux grands halls, les fameux prescripteurs viennent mettre en valeur un domaine, un cépage, une région, une appellation ou les vins d'un pays devant un public averti. C'est un moment privilégié pour déguster, mais aussi pour écouter du storytelling (mise en récit) sur le vin. L'histoire racontée paraît presque plus importante que le produit en soi. Des producteurs organisent la présentation de leur dernier millésime en faisant souvent appel à des personnes ayant une légitimité ou un don particulier pour le récit. Il s'agit généralement d'un prescripteur influent du milieu qui vante les caractéristiques de leur vin et rappelle le savoir-faire issu d'une longue tradition familiale.

C'est le cas par exemple de Michel Rolland, qui vend ses services à un domaine du vignoble italien de Barolo en soulignant l'implantation très ancienne des propriétaires. Un peu plus loin, dans une mise en scène parfaitement orchestrée, Hubert de Boüard, le propriétaire de Château Angélus à Saint-Émilion, présente son nouveau millésime en commençant par rappeler la présence de sa famille dans le vin depuis plusieurs siècles. Il est un des maîtres en matière de communication et de construction de notoriété. Il a notamment investi dans ce que l'on appelle le « placement produit » en misant sur la puissance du cinéma : son Château Angélus apparaît dans de nombreux films, en particulier dans les mains de James Bond dans *Casino Royale* et *Spectre* [13](#).

Il s'exprime lui-même en anglais et cède la parole à sa fille qui travaille désormais en Chine et qui se risque à quelques mots en mandarin avant de revenir à l'anglais. Pour l'occasion, il a également embauché une petite équipe qui assure le spectacle en musique. Il s'apprête à soulever un drap noir pour divulguer sa toute nouvelle bouteille noir et or. Dans le fond de la salle, ses deux conseillères en communication, qui ont longuement travaillé sur la construction du récit de cette bouteille, veillent à ce que l'orchestration soit parfaite.

De nombreux journalistes sont également associés aux activités du salon. Ils travaillent généralement pour toutes les grandes revues spécialisées et/ou différents guides, qui sont aussi présents sur de petits stands disposés autour du grand hall des exposants. La plupart de ces journalistes sont également des consultants indépendants qui offrent leurs services à une appellation, à un domaine pour vanter leurs vins. De plus en plus, ces prescripteurs ont un blog où ils recommandent directement certaines bouteilles. La porosité entre les différents métiers qui interagissent sur le salon laisse songeur quant à l'indépendance de leur jugement.

La grande question qui anime le monde médiatique du vin est justement : qui vont être les nouveaux prescripteurs du marché chinois ? Tous ont envie d'identifier le goût chinois et de s'imposer dès lors comme les nouveaux gourous de ce vivier de consommateurs, tous rêvent de devenir le nouveau Robert Parker chinois. Dès les années 1980, cet avocat américain a joué un rôle de premier plan en classant dans son guide les vins auxquels il attribuait des notes de 1 à 100 pour conseiller une clientèle américaine en quête de repères. Il est devenu un acteur majeur du marché. À Bordeaux, il a notamment revalorisé les vins de la rive droite (saint-émilion, pomerol) au détriment des grands crus du haut Médoc, qu'il jugeait poussiéreux. Robert Parker, le critique de vin le plus influent du monde, a décidé de mettre fin à la version papier de la publication *The Wine Advocate* et de céder sa version numérique à un investisseur chinois de Singapour, Soo Hoo, pour 15 millions de dollars¹⁴.

Les journalistes français Michel Bettane et Thierry Desseauve espèrent bien faire partie des nouveaux prescripteurs du marché chinois. Sur leur petit stand, les deux coauteurs signent à la chaîne leur tout nouveau guide en mandarin, qu'ils sont venus présenter en avant-première, et enchaînent les selfies avec des Chinois qui font patiemment la queue. Michel Bettane sourit : « Nous avons l'impression d'être des stars, les gens nous reconnaissent et nous vouent un véritable culte. C'est un sentiment très étrange, mais fort agréable, de découvrir cet enthousiasme pour le vin en Chine. »

En 2018, ils s'associeront à l'entreprise Alibaba, le géant chinois du Web, pour asseoir leur influence et distribuer leur ouvrage dans l'ensemble du pays¹⁵.

Un peu plus loin, l'influente *Revue du vin de France* (groupe Marie Claire) annonce le lancement d'une version chinoise, en partenariat avec le groupe de médias local Seec. Le magazine américain *Wine Spectator* a un stand sur le salon, et des journalistes stars comme James Suckling participent à différents événements. Jancis Robinson, célèbre pour ses notes et commentaires distillés dans le *New York Times* et le *Financial Times*, est là aussi.

Une nouvelle star est particulièrement courtisée : Jeannie Cho Lee, qui travaille pour la revue britannique *Decanter*. Cette Américano-Coréenne basée à Hong Kong, qui a fait ses études aux États-Unis, se présente comme la première « *first ethnically Asian master of wine*¹⁶ ». Elle espère bien ainsi devenir celle qui influencera le marché chinois. Elle a été encensée, dans des médias occidentaux en particulier, pour ses livres à succès *Asian Palate* et *Mastering Wine for the Asian Palate*, qui sont réputés définir les goûts asiatiques. Certains sont sceptiques sur son influence réelle en Chine, car elle est surtout connue et écoutée dans le milieu anglo-saxon, et finalement très peu en Chine. Un observateur chinois averti m'explique : « Je ne la considère pas du tout comme chinoise, elle n'a jamais vécu en Chine. Pour moi, c'est une *Chinese banana*, jaune à l'extérieur et blanche à l'intérieur ! Elle est incapable de comprendre le goût chinois, car elle connaît mal ce pays. »

Vinexpo a également un rôle de formation et d'éducation. Il propose plus de douze master class, sanctionnées par l'obtention d'un diplôme sur la dégustation ou la commercialisation. Les plus grands sommeliers, détenteurs du prestigieux titre de « meilleur sommelier du monde », sont sollicités pour les animer, tels Shinya Tasaki, Gérard Basset ou Andreas Larsson.

On croise aussi des diplômés du célèbre Institute of Masters of Wine, qui officient dans les plus grandes revues spécialisées. C'est justement pour écouter l'un d'eux qu'une foule se presse dans la grande salle de conférences, où la consultante australienne Debra Meiburg se propose de décrypter le goût chinois et le mystère de ce gigantesque marché. Cette résidente hongkongaise, considérée comme une des personnes les plus influentes dans le milieu du vin¹⁷ et qui a travaillé pour le magazine

Decanter, est très sollicitée du fait de la place prise par la Chine ces dernières années. Elle espère bien, à l'instar de Jeannie Cho Lee, faire partie des prescripteurs incontournables.

Le salon est donc un lieu où l'éducation joue un rôle de premier plan, et la toute nouvelle Vinexpo Asia-Pacific Academy rencontre un succès grandissant, auprès aussi bien des professionnels asiatiques qui veulent parfaire leurs connaissances sur les vins que des Occidentaux qui veulent comprendre le *wine rush* asiatique pour mieux pénétrer ce nouveau marché.

Cette année, Michel Rolland, le plus célèbre des *flying winemakers* français, est présent sur le salon pour une conférence : « J'étais un fils de vigneron de la rive droite, du village de Pomerol, j'appartenais à la petite bourgeoisie à une époque où on ne passait pas sur l'autre rive, où se trouvent les plus grandes familles et les plus grands domaines viticoles. Je suis devenu œnologue en étant formé par le plus grand d'entre eux : Émile Peynaud. J'ai commencé à conseiller des domaines et cela a bien marché pour moi. J'ai alors traversé la Gironde pour aller travailler avec les plus grands châteaux de la rive gauche. À l'époque, les deux mondes étaient hermétiques : il était inconcevable de passer de l'autre côté. J'ai travaillé progressivement dans les plus grands domaines. J'exerce désormais dans plus d'une trentaine de pays et je conseille une centaine de propriétaires qui veulent améliorer la réputation de leur vin dans le monde. » Il raconte ensuite sa complicité avec le journaliste Robert Parker, qui a fait le succès des bordeaux outre-Manche et outre-Atlantique. Michel Rolland a vendu le domaine familial au milliardaire chinois Pan Sutong et se consacre désormais exclusivement à ses activités de consultant à travers sa « Rolland Collection ». « Rolland » est devenu une marque, comme un auteur « signerait » ses vins. Il est notamment actionnaire de Clos de los Siete, le vin argentin le plus vendu en France.

Après avoir arpenté les allées et les stands de la foire pendant toute la journée, je comprends que d'autres événements très importants ont lieu en marge du salon, notamment autour des grands crus. Des domaines organisent des dégustations en petit comité, des syndicats professionnels invitent des commerciaux, de grandes confréries donnent des dîners de prestige pour assurer leur promotion. Pendant la journée, Vinexpo propose

une mise en scène intéressante des pays et des marques du vin, mais les rencontres essentielles se passent ailleurs, au cours de soirées réservées à des *happy few*. Les intermédiaires, véritable microcosme, occupent une place déterminante dans la construction de la notoriété et se retrouvent le soir pour les dîners de gala. Vinexpo est organisé par la chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux, et les confréries des différentes appellations prennent le relais pour entretenir une notoriété qui permet à Bordeaux de préserver sa suprématie et de l'étendre désormais à cet Orient avide de grands vins.

Avant de plonger dans l'univers feutré de ces soirées, revenons sur le déplacement de Vinexpo à Hong Kong et lançons quelques réflexions. Ce nouvel épisode de la diffusion mondiale du vin est un exemple concret de ce que nous appelons communément la globalisation : l'époque dans laquelle nous vivons depuis la Seconde Guerre mondiale, où s'accélère considérablement la circulation des biens, des capitaux, des personnes et des idées. L'économie du vin en est une illustration, avec son nouveau développement asiatique et l'émergence incontournable de grands lieux marchands comme Vinexpo. Les échanges économiques mondiaux ne sont plus impersonnels et anonymes, la circulation des marchandises à grande échelle passe par des relations sociales transnationales, qui s'entretiennent dans ces foires et salons internationaux. Le déplacement de Vinexpo à Hong Kong incarne une nouvelle géopolitique des lieux de la globalisation, qui se concurrencent pour conserver ou accroître leur suprématie.

Vinexpo Asia-Pacific incarne la capacité collective d'un secteur économique très ancré dans une région française à poursuivre et à accentuer son influence à l'échelle mondiale en se déplaçant à proximité du futur grand marché chinois. C'est une décision mûrement réfléchie de la part de cette organisation collective qui prend acte de l'évolution en vertu de laquelle l'Asie sera le grand marché du *xxi*^e siècle alors que la consommation baisse régulièrement dans les pays européens.

La vente des grands crus a toujours été un indicateur de la puissance géopolitique d'un pays. Au temps de la grandeur britannique, Londres était la capitale du vin pour le commerce de vins fins, avant d'être détrôné par la nouvelle puissance américaine au début du *xx*^e siècle. L'émergence

de Hong Kong s'imposant comme le nouveau *wine global hub* (grand carrefour du vin) indique-t-elle la puissance future chinoise ou un autre phénomène plus complexe ?

Il existe un peu moins d'une dizaine de salons professionnels à dimension mondiale comme Vinexpo, et d'autres salons ont décidé d'adopter la même stratégie de déplacement. Le London International Wine Fair reste un rendez-vous important pour le milieu car le Royaume-Uni, premier importateur mondial de vins, demeure un revendeur vers les États-Unis, le Canada, l'Australie ou la Nouvelle-Zélande.

Le plus grand rendez-vous du monde du vin est ProWein. Installé dans la ville allemande de Düsseldorf, ce salon a assis son influence grâce à sa relation particulière avec les pays scandinaves, grands consommateurs de vin, mais aussi grâce à sa capacité de développement du marché vers l'Europe centrale. Comme Vinexpo, cette grande foire allemande s'est exportée à Shanghai. Vinisud, l'autre salon français très important, qui se tient chaque année à Montpellier au mois de février, a également décidé de développer une version chinoise de son salon tous les deux ans à Shanghai.

Par ailleurs, des acteurs chinois cherchent à créer leur propre salon, comme en témoignent le Hong Kong International Wine & Spirits Fair, qui a lieu en septembre, ou le Superwine de Shanghai (Shanghai International Wine & Spirits Exhibition), qui singe curieusement Vinexpo. On pourrait encore parler d'une autre manifestation organisée en partenariat avec *La Revue du vin de France* en novembre à Shanghai, et de bien d'autres dans des dizaines de villes chinoises comme Chengdu, Dalian¹², Qingdao, Xiamen, où se développe aussi la consommation de vin. L'enjeu est de taille, car ces salons sont des lieux où se construit la notoriété des crus vendus en Chine à travers des concours, des dégustations. Tous les acteurs de ce petit monde vinicole cherchent en particulier à comprendre qui vont être les futurs prescripteurs du marché chinois.

¹² Données fournies par l'International Wine and Spirit Research, une agence travaillant pour Vinexpo.

¹³ « Château Angélus au casting du nouveau *James Bond* », *Sud Ouest*, 6 novembre 2015 (<https://www.sudouest.fr/gironde/saint->

emilion/chateau-angelus-au-casting-du-nouveau-james-bond-7108455.php).

14 Lucie Robequain, « Robert Parker déménage la bible du vin, “*Wine Advocate*”, à Singapour », *Les Échos*, 4 janvier 2013 (<https://www.lesechos.fr/2013/01/robert-parker-demenage-la-bible-du-vin-wine-advocate-a-singapour-300032>). En 2019, *The Wine Advocate* sera finalement revendu au *Guide Michelin*.

15 <https://www.mybettanedesseauve.fr/2018/05/30/les-meilleurs-vins-commercialises-sur-les-sites-du-groupe-alibaba-seront-notes-en-exclusivite-par-bettanedesseauve/>

16 https://en.wikipedia.org/wiki/Jeannie_Cho_Lee

17 Lucy Shaw, « Top 50 most powerful women in wine », *The Drinks Business*, 19 décembre 2012 (<https://www.thedrinksbusiness.com/2012/12/top-50-most-powerful-women-in-wine-10-1/5>).

18 César Compadre, « En Chine, le salon de Dalian et la stratégie du mystérieux M. Qu », *Sud Ouest*, 22 mars 2012 (<https://www.sudouest.fr/2012/03/22/en-chine-le-salon-de-dalian-et-la-strategie-du-mysterieux-m-qu-665843-2780.php?nic>).

OceanofPDF.com

Intronisation à Hong Kong

Lors de la dernière journée de Vinexpo à Hong Kong, je rejoins l'hôtel *Grand Hyatt* pour assister à un dîner de gala donné par la commanderie du Bontemps. Cette confrérie défend la notoriété des vins de la rive gauche de la Gironde (médoc, graves, barsac et sauternes) où se trouvent la plupart des grands crus de Bordeaux. Elle réunit donc les acteurs les plus puissants du monde bordelais qui a construit sa réputation grâce à un tissu d'institutions socio-économiques organisant ce type de manifestations. Les grands rituels qui se déroulent en marge du salon jouent un rôle déterminant dans la socialisation avec la nouvelle clientèle asiatique.

J'ai rendez-vous avec Emmanuel Cruse, le propriétaire du château d'Issan et grand maître de la commanderie du Bontemps. Il a accepté que je sois présent pour filmer l'événement et me reçoit dans le vestibule de l'hôtel où il se prépare avec les autres membres de la commanderie qui ont fait le déplacement. Dans une ambiance détendue, une dizaine d'hommes s'aident mutuellement à revêtir leur robe en velours bordeaux ornée d'une fibule, symbole de la confrérie, puis ils ajustent leur coiffe car, dans quelques instants, ils se déplaceront en procession pour rejoindre leurs invités. Le grand maître m'accorde un moment pour m'expliquer leur démarche : « Notre confrérie représente, célèbre et défend le vin, mais elle veut surtout incarner des valeurs associées à l'amitié, la gaieté et la fidélité à notre terroir. »

À la tête de la confrérie depuis 2008, il a succédé à André et à Jean-Michel Cazes, membres d'une famille incontournable dans l'histoire de la gouvernance viticole bordelaise¹⁹. Emmanuel Cruse insiste sur l'implication de la confrérie auprès de la clientèle étrangère : « Nous voyageons toute l'année pour organiser ce type de soirées et nous attachons beaucoup d'importance à notre relation avec nos clients, qui deviennent souvent des amis. Comme vous allez le voir ce soir, 80 % des convives sont des étrangers, et nous avons compris assez vite qu'il fallait aller au plus près d'eux. Il était essentiel de déplacer Vinexpo en 1998 et la confrérie a suivi. Le monde chinois est attiré par le luxe à la française que nous devons incarner. »

Cette soirée de gala fonctionne sur invitation que peut envoyer chacun des trois cent cinquante membres de la commanderie, laquelle est composée de propriétaires, de négociants et de courtiers de la rive gauche de la Garonne et de la Gironde qui ont acheté pour l'occasion une ou plusieurs tables au tarif de 1 000 euros par personne.

La première partie se tient dans le piano-bar de l'hôtel, où un orchestre de jazz joue une musique d'ambiance. Petit à petit, les invités arrivent et présentent leur carton d'invitation à des hôtes qui filtrent les entrées. Les membres de la commanderie se mélangent à des hommes en smoking et à des femmes en robe de soirée. La foule grossit peu à peu, et des discussions informelles naissent au sein de petits groupes auxquels on sert l'apéritif. On entend parler français, mais surtout anglais. Des hommes à la chevelure souvent grisonnante s'avancent et pratiquent le baisemain avec les femmes. D'autres font connaissance et échangent leur carte de visite à l'asiatique : ils la tendent en la tenant des deux mains et se courbent légèrement, en signe de respect, vers la personne qui leur fait face.

Je retrouve Hubert de Boüard, le propriétaire de Château Angélu, qui présentait son nouveau millésime cet après-midi sur le salon. Il est aussi l'équivalent d'Emmanuel Cruse pour la Jurade de Saint-Émilion. Le premier jurat me reconnaît comme celui qui fait un reportage d'anthropologie. « C'est intéressant pour un anthropologue de voir ces rituels. À côté des Médocains et de la commanderie du Bontemps, on est des petits. La Jurade a été créée en 1948 dans un but promotionnel et collectif. Hier, vous avez pu voir l'importance du marché chinois. Nous

venons de nommer un chancelier pour la Chine et nous avons intronisé de nouveaux membres. À travers cette fête, c'est un hommage que nous souhaitons leur rendre... ils sont des transmetteurs d'image. Avant, nous ne nous déplaçons pas autant. C'est la troisième fois que nous venons à Hong Kong. Mais nos amis les Médocains étaient là bien avant nous ! »

Il faut un œil averti pour que je puisse mieux cerner les participants et les enjeux de ces échanges sociaux. Je retrouve un vieux routier de ces soirées, qui m'aide à décrypter ce petit monde. Il me désigne discrètement une femme quadragénaire : elle est l'acheteuse d'une importante entreprise asiatique qui fournit en grands crus les classes affaires des compagnies aériennes. Il m'indique ce Chinois qui approvisionne les restaurants et les hôtels de l'île de Hainan, de Shanghai et de Pékin. Je reconnais les grands critiques américains, anglais, australiens ou hongkongais qui ont travaillé sur le salon ces derniers jours. Je croise certains œnologues, tel Michel Rolland, ou des critiques de vin comme Michel Bettane, Jancis Robinson ou Jeannie Cho Lee.

L'ambiance est joviale. Le vieil habitué me dit : « C'est un moment important qu'il ne faut pas manquer. Tu vois, l'ambiance est feutrée, ça rigole et on se tape sur l'épaule, mais en fait, tout le monde s'observe discrètement. C'est un monde impitoyable, où il y a beaucoup d'intérêts et de rivalité. Ils sont tous là pour soigner leurs affaires avant tout. »

Au bout d'un moment, un serveur passe parmi la foule en faisant tinter un carillon pour annoncer l'heure du dîner. Les convives se dirigent vers la grande salle de réception de l'hôtel pour assister à la cérémonie et passer à table. Avant le dîner, les commandeurs montent sur une estrade pour les intronisations. Dans un rituel très maîtrisé, un des membres de la commanderie est chargé de rappeler en anglais le parcours professionnel, généralement élogieux, de chaque impétrant, tout en soulignant son amour pour les vins de Bordeaux.

Le grand maître siège au milieu de l'estrade et accueille les futurs intronisés. Plusieurs Chinois, mais aussi des Japonais ou des Français travaillant dans l'économie du vin à Hong Kong vont bientôt faire partie de la commanderie. Les nouveaux venus doivent jurer fidélité aux vins de Bordeaux avant d'être couverts de la robe en velours bordeaux et de tremper symboliquement leurs lèvres dans un verre de bordeaux tendu par le grand maître, qui tient une sorte de sceptre papal en or. Une jeune

Chinoise entourée par les commandeurs semble très impressionnée par le décorum. Le grand maître prononce ensuite la phrase d'accueil – « Nous vous faisons commandeur d'honneur de l'ordre de la commanderie du Bontemps » – et passe au suivant. En moins de trente minutes, c'est une trentaine de nouveaux membres qui sont reçus.

Je retrouve dans les coulisses la jeune Chinoise avant qu'elle ne regagne sa table. La voix remplie d'émotion, elle me confie : « C'est incroyable de faire partie de la commanderie ! C'est bon pour mon business. » Elle s'empresse de récupérer des photos auprès d'une connaissance pour les faire circuler immédiatement sur son réseau WeChat. Elle m'explique : « C'est important de communiquer, il faut que je montre que je suis proche des producteurs bordelais, cela me permet d'être crédible, il y a trop de faux en Chine. »

Juste après les intronisations, les membres de la commanderie laissent leur robe au vestiaire pour rejoindre le repas en tenue de soirée. Pendant ce temps, cinquante sommeliers habillés en noir et revêtus d'un tablier bordeaux attendent dans l'arrière-salle. Leur chef passe entre deux rangs quasi militaires pour vérifier les tenues et ajuster la manière de tenir la bouteille. Une fois les membres de la confrérie assis, ils pénètrent dans la salle à la lumière tamisée, selon un rituel parfaitement orchestré, pour servir les stars de la soirée : quelques flacons des plus grands crus de Bordeaux ont été sélectionnés pour l'occasion.

Un habitué m'explique qu'il y a une hiérarchie des tables en fonction de leur proximité avec la table d'honneur. Certaines sont animées, alors que d'autres convives semblent s'adresser à peine la parole. On note un mélange de relations professionnelles convenues et de difficultés culturelles à se comprendre et à trouver des sujets de conversation. Certains invités attendent poliment la fin du repas et pianotent plus ou moins discrètement sur leur smartphone. Beaucoup d'Asiatiques se lèvent pour faire des selfies, car il semble important d'immortaliser par l'image leur appartenance à ce monde prestigieux.

Il s'agit d'un savoir-faire longuement élaboré dans un but précis : s'adapter au déplacement de la clientèle. En allant au plus près de la réalité sociale de leurs clients, ces hommes et ces femmes d'affaires renforcent et développent leurs réseaux à travers le monde. Emmanuel Cruse me

suggère de venir le voir à Bordeaux pour assister à la Fête de la fleur, qui incarne, selon lui, encore plus le faste et la puissance de la ville. Il me confie néanmoins qu'il doute que là-bas je puisse filmer.

Il faut s'arrêter un moment sur cette commanderie du Bontemps pour comprendre que la puissance socio-économique de Bordeaux repose sur des institutions sociales qui se déploient dans la nouvelle réalité mondiale. Cette confrérie a été créée en 1949 pour relancer les vins à la sortie de la Seconde Guerre mondiale. Comme pour la confrérie bourguignonne des Chevaliers du tastevin, elle puise son inspiration dans les rituels de l'ordre des Templiers et des loges maçonniques tout en se revendiquant d'ordres religieux ayant existé au Moyen Âge et qui défendaient les vigneron.

Pour devenir membre d'honneur, il faut être coopté. La composition de la confrérie a beaucoup évolué dans le temps : si elle a toujours inclus des représentants d'une bourgeoisie bordelaise ancienne, qui ont réussi économiquement dans le vin, elle accueille désormais de grandes fortunes récentes ayant acquis des propriétés sur la rive gauche. Parmi celles-ci, on retrouve de fait quelques-unes des plus grandes fortunes françaises de ces trois dernières décennies – Daniel Cathiard (Go Sport), Bernard Arnault (Carrefour, LVMH...), Michel Reybier (groupe Aoste...) ou Martin Bouygues (travaux publics...). Ces grandes fortunes françaises mais aussi européennes, toutes étrangères au monde du vin, ont acquis des propriétés. Qu'il s'agisse de Pinault (Kering) avec Château Latour, d'Arnault avec Château Cheval Blanc, d'Albert Frère avec Château L'Évangile, des Wertheimer (Chanel) avec Château Canon, des Peugeot avec Château Guiraud, des Momméja (Hermès) avec Château Fourcas Hosten, des Mentzelopoulos avec Château Margaux, de Jean-François Quenin (Darty) avec Château de Pressac, de Reybier avec Château Cos d'Estournel..., et la liste n'est pas exhaustive.

La commanderie du Bontemps compte plus de soixante-dix filiales en Europe, en Amérique du Nord et depuis peu en Asie. Elle rassemble ainsi plusieurs dizaines de milliers de membres assurant le prestige et la notoriété des grands crus de Bordeaux.

Certains cherchent à s'enraciner après avoir fait fortune avec des produits moins prestigieux, car le vin ne se mesure pas uniquement à l'argent et draine tout un imaginaire faisant rêver une partie du monde.

D'autres, moins fortunés ou sur le déclin, espèrent nouer des alliances inédites avec de nouvelles fortunes, nationales ou mondiales. Il s'agit en général d'un monde économique français ancré politiquement à droite, qui s'accommode parfaitement des nouveaux riches, notamment ceux du monde communiste de la République populaire de Chine. Ces personnes prétendent incarner une forme de tradition tout en se voulant ouvertes sur le monde, et en particulier sur la Chine. De nombreux enfants de ces familles vivent actuellement à Hong Kong ou en Chine et retrouvent leurs parents au moment de Vinexpo. Un œnologue d'une propriété du Médoc m'explique : « Pour beaucoup, le vin n'est qu'une activité économique parmi d'autres et ils sont rares à vivre à plein temps à Bordeaux. » Il ajoute que les salariés de la viticulture se plaignent de cette évolution, car les patrons sont souvent absents. Il me fait remarquer d'ailleurs que l'ancien grand maître de la commanderie du Bontemps, André Cazes, était surnommé « celui qui dort à Bordeaux », pour souligner sa singularité. Les uns et les autres ont intégré la mobilité de résidence dans leur stratégie économique. Beaucoup vivent la plupart du temps à Paris, à Londres ou à Genève, menant des activités dans le monde économique et bancaire, et nombre de leurs enfants sont envoyés en Asie pour développer de nouveaux marchés.

La commanderie du Bontemps a une stratégie plus générale envers les futures élites du monde entier : elle organise ainsi depuis 2002 la Left Bank Bordeaux Cup Concours Vin sur 20 (jusqu'en 2012). Cette compétition voit s'affronter des équipes des grandes écoles parisiennes (Sciences-Po, HEC, Paris-Dauphine, l'École normale supérieure) et du monde entier (les universités d'Oxford, de Cambridge, de l'Ivy League américaine, et maintenant quelques universités et grandes écoles d'Asie) pour des dégustations à l'aveugle de grandes bouteilles.

D'autres confréries, tels l'Ordre des coteaux de Champagne ou la confrérie bourguignonne des Chevaliers du tastevin, organisent aussi des soirées de gala à Hong Kong et dans les grandes villes asiatiques pour élargir la notoriété de leurs vins sur ce marché.

¹⁹ Sylvie Cazes est présidente de la Fondation pour la culture et les civilisations du vin, qui gère la Cité du vin, à Bordeaux. Jean-Michel

Cazes a longtemps dirigé Axa Millésimes et a favorisé l'introduction d'investisseurs institutionnels (banques, assurances) dans le Bordelais.

OceanofPDF.com

Le wine global hub

En juin 2015, je reviens pour un mois à Hong Kong, où j'ai désormais la chance de séjourner au Hong Kong Institute for the Humanities and Social Sciences. À cette époque particulièrement chaude de l'année, je commence ma journée par une promenade au milieu de la forêt tropicale qui surplombe Hong Kong Island. Malgré l'heure matinale, les longs chemins sont déjà très fréquentés et on y croise quelques promeneurs de chiens philippins tirés par une dizaine d'animaux, de riches habitants du quartier Mid-Levels, des joggeurs ou des marcheurs qui profitent de la fraîcheur matinale. Certains endroits offrent une vue imprenable sur la baie de Hong Kong et les nombreux bateaux qui la sillonnent. J'aperçois au loin le bal des gigantesques navires aux milliers de conteneurs bariolés qui sont chargés et déchargés sur le port et dans lesquels de nombreuses caisses de vin doivent probablement se trouver. En quelques années, Hong Kong s'est imposé comme un lieu incontournable de stockage des vins fins, avec plus de 2 millions de caisses. Je reste plusieurs semaines à Hong Kong, car son poids dans l'économie viticole ne se limite pas à l'événement Vinexpo. Son rôle singulier s'est peu à peu construit grâce à une politique publique volontariste.

J'ai rendez-vous un peu plus tard dans un grand hôtel de Central pour rencontrer l'un des principaux artisans de cette *success story*. Henry Tang, passionné de vin, s'est illustré, en tant que Premier secrétaire de l'Administration de 2007 à 2011, comme l'un des grands artisans du nouveau Hong Kong *wine global hub* et du rapprochement avec la Chine.

En 2007, son gouvernement a décidé l'abolition des taxes et la suppression des licences de vente import-export de vins. Cela a provoqué immédiatement un boom d'activité dans ce domaine. Henry Tang précise : « Nous avons créé plus de cinq mille emplois et nous avons construit les infrastructures nécessaires pour que notre île devienne incontournable dans le monde du vin. »

Ce Hongkongais a découvert le vin lors de ses études dans le Michigan. Aux États-Unis comme en Angleterre, toutes les grandes universités (notamment l'Ivy League) possèdent leur cave à vins et les influentes fraternités ont souvent leur club de dégustation et un journal qui consacre une colonne au sujet. Le jeune Henry Tang s'est passionné pour le vin, et ses années américaines ont été une première initiation aux différences entre les cépages, les millésimes et les régions.

À son retour à Hong Kong, en 1976, il a peiné à trouver les vins qu'il avait découverts sur le sol américain. Il a voulu se constituer sa propre cave, mais s'est heurté à des taxes exorbitantes. Comme beaucoup de Hongkongais, il a stocké ses vins chez les grands marchands londoniens. À partir de ce moment-là, il a cherché à s'approvisionner directement et a séjourné régulièrement en Bourgogne. Il s'est lié d'amitié avec quelques grands viticulteurs. Puis il s'est mis à organiser des dégustations, notamment au sein du Jockey Club, en faisant venir les meilleurs vignerons français.

L'élite hongkongaise était particulièrement initiée aux grands crus français, grâce à sa relation avec les élites britanniques et américaines, elles-mêmes amatrices de ce type de vins. Au moment de l'ouverture de la Chine, à la fin des années 1980, l'ancienne colonie britannique s'est révélée être un vecteur essentiel pour la pénétration de la culture du vin en Asie.

La passion pour le vin de Henry Tang s'est articulée avec une nouvelle vision du rôle de Hong Kong après la rétrocession de l'île à la Chine, en 1997. La stratégie politique de Henry Tang a consisté à ne pas enfermer son pays dans sa réputation de centre financier et à le transformer en un *hub* du monde des affaires entre l'Asie et le monde occidental. Les grands vins faisaient alors partie de ces marchandises prisées par les riches Chinois qui débarquaient massivement à Hong Kong. Henry Tang explique : « Hong Kong a toujours été un lieu de rencontres cosmopolites.

Au début des années 2000, beaucoup de nouveaux riches chinois demandaient du vin, et j'ai réalisé que nous pouvions devenir l'un des centres névralgiques de l'économie mondiale dans ce domaine. »

L'ancienne colonie britannique, qui disposait déjà d'infrastructures portuaires de premier plan, a décidé d'en mettre en place d'autres pour l'organisation de foires internationales qui faciliteraient les rencontres. Les élites hongkongaises se sont beaucoup investies dans le développement de la nouvelle économie chinoise. Dans leurs affaires, elles ont toujours un partenaire ou un intermédiaire chinois. Il faut bien comprendre que les grandes familles hongkongaises ont connu des enrichissements considérables avec l'ouverture de l'économie chinoise.

Mais pour que Hong Kong devienne un des hauts lieux de l'économie mondiale du vin, il fallait créer un climat propice aux affaires et disposer d'équipements qui faisaient défaut à la Chine continentale. Plusieurs éléments déterminants : les infrastructures portuaires, qui facilitent la circulation des marchandises, et une expertise douanière et juridique, qui garantit la qualité des produits. Alors que les bouteilles de vin sont lourdement taxées par Pékin, une grande partie des 63 millions de bouteilles de vins fins passant par Hong Kong finissent par se retrouver en Chine. « Aujourd'hui, s'il y a des millions de bouteilles qui dorment à Hong Kong, c'est que nous avons des atouts que n'ont pas d'autres villes de la Chine continentale. La construction de la confiance est un élément essentiel. Cela repose aussi sur le stockage. » En effet, au-delà des problèmes de taxes et de douanes, ces vins doivent pouvoir être stockés dans de bonnes conditions, sur une île aux températures tropicales.

Henry Tang me conseille de rencontrer Gregory De 'Eb, un autre artisan du Hong Kong *wine global hub*. Cet ancien diplomate britannique est aujourd'hui à la tête d'une entreprise spécialisée dans le stockage des vins fins, Crown Wine Cellars, réputée pour être l'« Alcatraz » du stockage des vins de collection, et qui abrite des millions de précieux flacons.

Quelques jours plus tard, Gregory De 'Eb me fait visiter son entreprise (même s'il rechigne généralement à la montrer à des personnes extérieures), qui se situe sur les hauteurs de Hong Kong Island, au milieu de la végétation, dans un lieu insolite. Il a transformé l'ancienne forteresse britannique, classée au patrimoine mondial de l'Unesco, en une

gigantesque cave à vins ultrasécurisée. Ses souterrains ont l'avantage d'être à l'abri à la fois des fortes températures, de la lumière et des cambrioleurs.

Gregory, entouré de deux gardes, me guide sur un chemin longeant la forêt sous une chaleur tropicale. Ils ouvrent une grande porte en fer donnant sur un tunnel rocheux, puis actionnent deux portes blindées dignes des plus grandes banques. Nous débouchons alors dans une grande salle où des allées d'étagères sont remplies de caisses de vin. Gregory De 'Eb commente la visite : « Deux caisses de Romanée-Conti à ma droite, une caisse du fameux Petrus 1961, Louis Latour 1924, une caisse de champagne Salon, trois caisses de Lafite 1982... C'est magnifique, je me sens merveilleusement bien ici et presque en France, au milieu de ces caisses ! »

La chaleur est tombée d'un coup, la température se maintient à 12 degrés, l'idéal de conservation pour les vins. Gregory enchaîne : « Hong Kong est une marque, et les Hongkongais ont la capacité de mettre en place très vite une action publique. Pour le vin, nous nous sommes aperçus que beaucoup d'acheteurs gardaient leurs caisses à Londres – notre petit groupe d'investisseurs pareillement. Nous avons persuadé bon nombre de collectionneurs de les rapatrier pour avoir de meilleures conditions de stockage ici, à Hong Kong, sans payer de taxes en plus. Aujourd'hui, il y a plus de quarante sociétés qui nous ont confié ces millions de caisses ! »

Crown Wine Cellars conserve plus de 300 000 caisses, pour une valeur estimée à plus de 2 milliards de dollars hongkongais. Gregory De 'Eb m'explique en quoi l'émergence de Hong Kong a bouleversé le statu quo du commerce international des vins fins. Jusqu'à la fin des années 1980, il y avait selon lui trois acteurs principaux dans le monde du vin : la France – et surtout Bordeaux comme principal lieu de production –, puis Londres et New York, qui ont été successivement les places importantes pour le commerce international et le stockage de ces vins. Jusqu'à l'émergence de Hong Kong, Londres et New York occupaient une place monopolistique. Gregory De 'Eb a recours à une image pour résumer la situation : « La table internationale avait seulement trois pieds, un pied avec les vignobles français, un deuxième avec Londres, qui contrôlait le business du vin ; c'était comme une mafia, les Français envoyaient tous les vins à Londres,

donc c'était un marché protégé, mais ce n'était pas un marché équitable. Ensuite, les États-Unis sont entrés dans la danse et ont exercé leurs muscles. Quand les Américains ont commencé à boire, ils ont demandé à faire partie de la table, et les Anglais, assez arrogants, ont dit non, vous êtes des cow-boys ! Mais Robert Parker a révolutionné le marché, et des opérateurs américains ont commencé à développer leur propre logistique et leurs lieux de stockage... À Hong Kong, on a formé un comité et on a créé une association d'expertise et d'assurance de vins de collection. C'était la première fois qu'un gouvernement organisait une certification de stockage. Hong Kong est devenu le quatrième pied qui manquait à la table internationale du monde du vin ! »

La mise en place de ce savoir-faire repose sur une volonté collective et politique, et Gregory De 'Eb n'est pas inquiet face à la concurrence de la Chine continentale dans l'avenir : « En Chine, il n'y a pas cela... Il n'y a pas cette concentration d'expertises. Le dédouanement est compliqué dans les ports chinois et les taxes sur le vin restent élevées. Les transactions financières sont sûres, ici. Je suis convaincu que Hong Kong va garder le leadership pendant un bon moment. »

La confiance se construit sur la présence d'institutions qui assurent la certification de l'origine et de l'authenticité des produits. Gregory De 'Eb insiste sur une autre dimension qui explique le succès de Hong Kong par rapport à d'autres villes chinoises qui aimeraient entrer en concurrence. « Pour les produits qui ont une valeur élevée, c'est bien sûr très important de stocker, mais il faut pouvoir garantir l'expertise de la marchandise. » L'autre grand acteur de ce *wine global hub* est l'ensemble des maisons de vente aux enchères qui se sont déplacées à Hong Kong.

« Si je résume, il y a d'abord eu 0 % de taxe, puis l'installation des maisons de vente aux enchères, ensuite il a fallu gérer la logistique et le stockage et encourager les gens à venir au moment des foires et autres manifestations autour du vin. »

Christie's et Sotheby's sont très présents à Hong Kong, pas seulement dans le vin. Toutes les marchandises de luxe prisées mondialement sont vendues par l'intermédiaire de ces grandes maisons passées sous pavillon français, qui font désormais la majorité de leur chiffre d'affaires à Hong Kong. Christie's appartient au groupe Kering de François Pinault, tandis que Sotheby's est contrôlé par LVMH.

L'émergence de Hong Kong correspond à un changement significatif dans l'organisation des échanges économiques et le poids des ordres politiques nationaux. Au cours de l'histoire, les places fortes de commercialisation du vin ont toujours symbolisé la puissance mondiale d'un pays. Le prestige international des vins français ne date pas d'aujourd'hui. Au XVIII^e siècle, l'aristocratie anglaise était une grande consommatrice des vins de Bordeaux. Au moment du firmament de la puissance britannique, les principales ventes aux enchères de grands vins de collection se tenaient à Londres. Traditionnellement, les clubs et les cercles mondains influents, mais aussi les grandes universités britanniques ont toujours été d'importants consommateurs de vins français. Il y a eu ensuite une forme d'imitation de la part de la bourgeoisie WASP américaine, et les grandes universités d'outre-Atlantique ont aussi développé des journaux et des clubs spécialisés dans le vin.

Dans la seconde moitié du XX^e siècle, les grandes ventes aux enchères de vins fins ne se déroulaient plus à Londres, mais à New York. Aujourd'hui, Londres et New York ont été détrônés par Hong Kong.

Hong Kong exprime l'émergence d'une nouvelle forme d'espace politique qui n'est plus britannique, qui n'est pas tout à fait chinois, mais qui occupe un rôle central dans les flux économiques et financiers et leur régulation. Jusqu'à présent, les vins fins français étaient essentiellement confrontés à un marché « occidental », c'est-à-dire dans le prolongement des références « civilisationnelles » de la France. Aujourd'hui, la consommation de grands vins français demeure associée au prestige, à la puissance sociale et économique, mais bien au-delà de l'univers occidental.

Au cours de mes multiples séjours à Hong Kong, des liens d'amitié se sont créés et m'ont permis de plonger en profondeur dans la réalité de cette économie de prestige. Un dimanche matin, j'ai rendez-vous avec un sommelier chinois qui travaille dans un grand hôtel du quartier Central.

Nous nous retrouvons dans un centre commercial à proximité de son lieu de travail. Nous traversons ensemble le quartier, qui prend une coloration particulière le dimanche. Des dizaines de milliers de jeunes femmes, pour la plupart d'origine philippine, investissent les trottoirs et les rues du

centre-ville. Elles sont assises par petits groupes et se retrouvent par régions d'origine. Elles travaillent toute la semaine dans les familles hongkongaises pour s'occuper du ménage, des enfants ou des chiens. Ici, certaines jouent aux cartes, préparent des colis à expédier chez elles. D'autres chantent ou dansent pour oublier leur condition difficile et se souvenir du pays. C'est un spectacle étrange d'observer ces femmes assises sur le trottoir au milieu des boutiques de luxe fréquentées par les Hongkongais qui se faufilent entre les groupes tout en s'efforçant d'ignorer leur présence.

Arrivé il y a quelques années, Andrew a commencé à travailler comme serveur dans l'hôtellerie avant de se passionner pour le vin. Son salaire ne lui suffit pas pour vivre correctement à Hong Kong. Il me parle de son petit commerce inavouable : il récupère des bouteilles vides de grands crus français, qu'il revend dans les Nouveaux Territoires entre 10 et 150 dollars pièce. Il m'explique, un brin amusé : « Je récupère aussi les bouchons, quand c'est possible, il faut faire attention de ne pas enfoncer l'ouvre-bouteille trop profond, ainsi tu peux ensuite retourner le bouchon et le réutiliser de l'autre côté. J'essaye toujours de récupérer le col, mais c'est plus compliqué. Ensuite, je revends ces bouteilles à quelqu'un qui les confie à quelqu'un d'autre, qui va remplir la bouteille avec un vin bon marché, le reconditionner, et le tour est joué. »

Les bouteilles circulent dans un vaste mouvement mondial, sur un marché de prestige où déterminer l'authenticité d'une bouteille est devenu un enjeu majeur. Mais le vin n'est pas seul concerné : c'est tout le secteur des objets de luxe, avec la joaillerie, l'horlogerie, l'art..., qui met aux enchères des objets prisés sur un marché mondialisé.

Je me rends à proximité du Convention and Exhibition Centre pour suivre une des ventes aux enchères organisées par la maison Acker Merrall & Condit. À chaque vente, John Kapon, son principal actionnaire, joue du marteau en assurant le rôle de commissaire-priseur. Son grand-père a créé cette entreprise de négoce de vins et d'alcool en 1820 à New York et s'est imposé comme un acteur majeur de la vente de vins de collection aux États-Unis au xx^e siècle. En 1998, John Kapon a décidé de créer une maison de ventes spécialisée dans les vins, dont il est le principal commissaire-priseur.

Dans un premier temps, notre homme répugne à me rencontrer en raison de la sulfureuse affaire qui éclabousse sa maison, soupçonnée d'être liée à la vente de faux vins. Rudy Kurniawan, de son vrai nom Zhen Wang Huang, est en effet à l'origine d'une escroquerie. Ce Chinois installé à Los Angeles a rapidement fréquenté la jet-set. Doté d'une mémoire et d'un palais hors du commun, il s'est passionné pour le vin après avoir été initié par un vendeur connu de la place de Los Angeles, Paul Wasserman. Kurniawan a peu à peu gagné le surnom de « Docteur Conti » en raison de l'étendue de sa collection et de son expertise.

En 2006, il a mis sa collection sur le marché, et les deux ventes aux enchères organisées à New York par John Kapon lui ont rapporté plus de 35 millions de dollars. Il a récidivé en 2008. C'est un vigneron bourguignon, Laurent Ponsot, qui a pris conscience de la supercherie le jour où Kurniawan a proposé dans cette vente un millésime du domaine Ponsot qui n'a jamais existé. Il s'est lancé dans une vaste enquête personnelle qui a conduit à l'arrestation du « Docteur Conti ». En 2012, le FBI a mené une perquisition au domicile de Kurniawan à Los Angeles et découvert dans sa cave un vaste laboratoire pour produire de fausses bouteilles. Le 7 août 2014, le réputé expert a été condamné à dix ans de prison et à une amende de 28,5 millions de dollars par le tribunal de New York. Pendant dix ans, il aurait vendu pour 10 à 36 millions de dollars de bouteilles par an. Plusieurs ventes aux enchères de sa collection ont rapporté des millions de dollars à la société Acker Merrall & Condit, dont la complicité n'a jamais été établie.

John Kapon m'explique : « J'organise six ventes aux enchères par an à Hong Kong et dix à New York, mais aujourd'hui, c'est Hong Kong qui rapporte le plus. »

J'assiste à une vente organisée dans le restaurant de l'hôtel *Le Méridien*. L'atmosphère diffère fortement des ambiances des salles de vente traditionnelles. Acker a créé un climat beaucoup plus détendu. Des tables rondes numérotées font face à la baie de Hong Kong et au crieur. Tout au long de la journée, les acheteurs peuvent manger et boire grâce à un buffet. Je m'assois au fond de la salle et retrouve un vieux routier du monde du vin qui m'explique : « Il y a une cartographie des tables en fonction de celui qui est vraiment là pour acheter : plus on s'approche du pupitre, plus il s'agit de gens importants. »

Aux premiers rangs sont assis de jeunes quadragénaires venus de Chine. Le meilleur service leur est réservé, et quelques grandes bouteilles leur sont ouvertes pour dégustation. À ma table, plusieurs personnes sont là davantage pour assister au spectacle que pour acheter. L'une d'elles commente : « C'est impossible de travailler en Chine, il y a trop d'insécurité et d'instabilité pour assurer ton business. »

Les personnes au premier rang sont souvent des intermédiaires : elles achètent pour des clients chinois qui tiennent à rester anonymes. John Kapon me confirmera plus tard : « Au moins 30 % de ma clientèle sont des gens qui achètent pour d'autres. Ces gens-là achètent ici et ensuite se débrouillent pour rapatrier les bouteilles en Chine. Ce n'est pas mon problème. »

Un sommelier confirme qu'il y a effectivement un trafic intense à la frontière, où de vieilles femmes acheminent des bouteilles une par une en Chine continentale pour les collectionneurs.

Il y a fort à parier que ces bouteilles si prisées auront déjà fait deux ou trois fois le tour du monde avant d'être consommées.

OceanofPDF.com

Flash-back dans le Midi rouge

La France ne produit pas que des grands crus et le vin ne peut pas être réduit à un produit de luxe. Avant d'explorer davantage le goût chinois, je propose de revenir sur la crise que la France vinicole a traversée dans les années 2000. En 2004, j'ai mené une longue enquête ethnographique pour comprendre la situation du Languedoc-Roussillon, le plus grand vignoble de France. J'ai également réalisé un film documentaire sur le sujet.

Ce mercredi de janvier 2007, je me rends sur les lieux avec mon équipe de tournage. Il fait particulièrement froid dans les faubourgs de Narbonne. Les nombreuses voitures qui convergent vers le centre laissent échapper une fumée plus visible qu'à l'accoutumée, et leurs pare-brise sont givrés. Dans la sous-préfecture de l'Aude, c'est tout le climat social qui s'est refroidi, car une crise majeure de mévente touche ce département rural viticole qui compte le plus grand nombre de viticulteurs sur le territoire français. Ici, quand le vin s'enrhume, c'est tout le département qui tousse.

Quand j'arrive à Narbonne par l'autoroute qui relie Montpellier à Toulouse, je suis toujours frappé par l'omniprésence de l'immense cathédrale dans cette ville plate, dont les immeubles bas s'étendent sur une vaste plaine. Il faut dire que le pays de Charles Trenet est plus réputé pour son anticléricalisme, pour l'implantation de la franc-maçonnerie et du socialisme que pour sa dévotion au Christ. Je me gare à proximité du petit canal du Midi, qui traverse le centre-ville, pour prendre un café avec mon équipe de tournage, que je viens de récupérer à la gare.

Ce matin, les clients du bistrot commentent la une de *La Dépêche du Midi* : « La grande manifestation ». Au comptoir, les discussions et les explications vont bon train : « C'est la faute à l'État ! » « Mais non, c'est celle de Bruxelles ! » – alors que d'autres pointent la responsabilité des élus et des syndicalistes locaux, qui sont devenus trop gras !

Ici, tout le monde se connaît, et quelques regards fusent dans notre direction pour jauger nos réactions. Quelqu'un nous lance : « Vous êtes venus pour la manif ? Faites attention, ça peut péter, cette fois-ci ! Vous êtes quelle télé ? Pas TF1 ou LCI, j'espère. Faites attention à votre peau : ici, on vous aime pas, vous dites pas la vérité, à Paris, sur nous ! »

Cette interpellation fait rire tout le monde, et certains tempèrent ces propos que l'on aime tant entendre ici, le matin, avant d'aller travailler. Nous comprenons tout de même que tout ce que l'on appelle en France « pouvoirs publics », journalistes compris, est étrillé par les hommes et les femmes qui vivent au cœur du Midi rouge. Il y a de nombreuses affiches sur la devanture des commerçants : « Fermé l'après-midi pour cause de manifestation ». Certains ont décidé d'y participer pour exprimer leur soutien à une foule dans laquelle ils ont probablement un cousin, un oncle, un frère ou un ami.

Nous retrouvons les organisateurs de la manifestation pour les dernières consignes. Philippe Vergnes, président de la cave coopérative du village de Névian, mais aussi président du Syndicat des vignerons de l'Aude et leader de la fronde viticole du Midi, nous attend, un peu tendu. Il nous propose de nous présenter à l'assemblée des vignerons, car si nous nous connaissons depuis plusieurs années, beaucoup de visages me sont inconnus : « Bon, les gars, avant de partir, je voudrais vous présenter les trois qui viennent d'arriver. Vous voyez bien qu'à leurs gueules ils sont pas de Capendu. N'ayez pas peur, c'est pas des journalistes. Certains d'entre vous les connaissent déjà, car ils sont venus dans votre cave. C'est une équipe du CNRS ou je sais pas quoi, qui vient voir ce qui se passe chez nous. Ils sont avec nous et vont nous suivre toute la journée. Donc, les gars, c'est bien compris, les confondez pas avec un journaliste. Thierry, tu lui pètes pas la caméra comme la dernière fois à Montpellier » (rires dans la salle).

Nous sommes directement dans le bain et suivons Philippe en toute discrétion, avec deux molosses taiseux portant un gilet jaune fluo, en direction de la ville. Je tente de me frayer un chemin parmi un cortège qui se densifie tout au long du parcours. Une atmosphère étrange flotte dans l'air, on sent une joie de se retrouver et de communier, mais aussi la colère partagée d'une foule qui se serre pour se réchauffer.

Nous suivons tant bien que mal Philippe Vergnes, plus connu dans la presse régionale sous le sobriquet de « Robin des vignes », qui résume son engagement auprès des viticulteurs en difficulté du Midi et ses coups de force contre un pouvoir éloigné. L'État et cette Europe de Bruxelles ne sont pour lui que des pouvoirs prédateurs insensibles à la condition rurale et viticole de la région. Comme on dit ici, « Philippe en a ». Il a souvent été le premier à défier les CRS dans les manifs, et c'est de notoriété publique qu'il est un retraité du Comité d'action viticole (CAV), prêt à plastiquer une perception ou un supermarché dans les moments de négociation ou de crise.

D'ailleurs, nous ne sommes pas les seuls à le suivre. Deux viticulteurs de son service d'ordre fendent la foule, reconnaissables à leurs mains calleuses sculptées par le travail et à leur visage buriné par le vent et le soleil. Un jeune trentenaire, en jean, baskets et blouson de cuir, nous suit, oreillette en place. C'est un inspecteur des Renseignements généraux, que beaucoup de viticulteurs connaissent. Il couvre depuis des années le dossier sensible de la viticulture pour le préfet. Il connaît très bien la légende de Philippe et les virées nocturnes du CAV lors des périodes difficiles. Je sens que lui et ses collègues sont là pour que les choses restent cadrées.

Philippe est fébrile, il craint des débordements, car les hommes sont en colère contre les pouvoirs publics, mais aussi contre leurs représentants syndicaux. Il avance vers l'estrade, sachant qu'il ne peut plus faire machine arrière, et serre au passage quelques mains de gens connus. Il échange des mots en patois – « *Toshi bas* » –, des mots de vignerons – « heureusement que l'on n'a pas pris la rabessière aujourd'hui » – pour bien rappeler à ces hommes qu'il est des leurs. Il veut communier avec la dizaine de milliers de viticulteurs descendus des villages et petites villes des Corbières – Fitou, Faugères, Collioure, Banyuls – dans la plaine narbonnaise pour clamer leur colère malgré la température glaciale.

Philippe s'apprête à haranguer la foule. C'est une France rurale qui se sent de plus en plus marginalisée, et les médias ont peu l'occasion de la montrer unie. Depuis des mois que j'enquête sur ce Midi rouge en crise, je rencontre des hommes dont le malaise est grandissant devant les évolutions d'un monde qui les met de plus en plus de côté.

Vergnes, comme on dit tout simplement dans la région, est à la tête d'un mouvement social qui stigmatise la mondialisation, la concurrence déloyale des vins du Nouveau Monde, l'arrogance de la grande distribution, l'abandon de l'État et l'attitude libérale de l'Europe face à ses difficultés. Le Robin des vignes de 2007 s'inscrit dans une longue histoire politique, celle du Midi rouge, un monde viticole rebelle qui connaît cycliquement l'opulence et la misère. Il est lié aux caves coopératives et à une culture politique de gauche qui s'est forgée dans ce que les historiens ont appelé le monde mutualiste, avec ses « caves coop », ses assureurs, ses banquiers, bref tout un monde en soi qui a structuré une bonne partie de la vie sociopolitique française. D'ailleurs, si le département de l'Aude a le plus grand nombre de viticulteurs, c'est aussi celui qui a le plus d'encartés au Parti socialiste, et tout candidat sait qu'il faut visiter la fédération de l'Aude pour se présenter au Graal national.

La situation catastrophique concerne des centaines de villages du plus grand vignoble de France, le Languedoc-Roussillon, qui s'étend de la plaine narbonnaise jusqu'à Nîmes. La crise touche particulièrement ces territoires qui vivent principalement de la vigne, mais c'est surtout un type de viticulture qui est mis à mal. Les « coop » étaient quelques milliers dans tout le Midi avant la Seconde Guerre mondiale. Elles étaient trois cent trente en 2003 et sont moins de deux cents en 2017. Ce monde coopératif produisait un vin de table pour une population française qui buvait 104 litres de vin par an et par habitant dans les années 1970. Aujourd'hui, avec la disparition des ouvriers, des paysans et des soldats conscrits, la consommation a chuté considérablement, pour passer à 42 litres. Cette boisson du quotidien à 8 degrés, cette boisson de soif, est de moins en moins consommée, comme le rappelle Edgar Morin dans sa grande enquête *La Métamorphose de Plodémet*, où il explique que les paysans français de l'époque pouvaient boire 4 à 5 litres de vin par jour. Cette boisson qui fut énergisante disparaît comme la population qui la consommait.

Aujourd'hui, les vignerons demandent des comptes à leurs syndicats. Philippe est la voix de cette foule, dans la longue tradition des leaders viticoles au talent oratoire légendaire. Mais il doute. Quelques heures avant, pendant un bon repas avec tous les organisateurs et après quelques bonnes bouteilles apportées par des coopérateurs fiers de faire goûter leur vin aux autres, il me confiait son angoisse : « Et si un viticulteur repart une balle entre les deux yeux, qu'est-ce que je vais dire à sa femme et à ses enfants ? »

Bien avant lui, un certain Marcelin Albert défia l'État français au moment d'une crise de mévente spectaculaire dans cette région très rurale. Au début du xx^e siècle, la surproduction avait provoqué la misère dans les chaumières, et ce viticulteur du village d'Argeliers prit la tête d'un peuple viticole bien plus nombreux qu'aujourd'hui. Face à l'inaction de l'État, certains viticulteurs, dont beaucoup étaient des coopérateurs, devinrent alors le symbole d'un modèle socio-économique original qui rencontrait un succès énorme, ce qui finit par inquiéter l'État. Ces caves coopératives symbolisaient en effet l'émergence d'un socialisme s'affirmant, et la nouvelle idéologie commençait à préoccuper le pouvoir central parisien, qui avait bien compris que le monde bourgeois conservateur majoritaire de l'époque pourrait être balayé.

Certains frondeurs, qui n'étaient d'ailleurs pas tous socialistes, fraternisèrent avec la foule de viticulteurs coopérateurs pour critiquer l'attitude d'un État lointain méprisant qui ne faisait rien pour le Midi. On parle de manifestations ayant réuni plus d'un million de personnes, où Marcelin Albert haranguait une foule qui demandait même la séparation d'avec la France, ce pouvoir de droite, parisien et insensible. Clemenceau écrasa le mouvement en envoyant un bataillon militaire qui régla le problème dans la répression et le sang. Il y eut plusieurs dizaines de morts et des centaines d'arrestations parmi les viticulteurs lors de la révolte de 1907.

Marcelin Albert, célèbre pour ses discours lyriques, fut plus tard suivi par d'autres grands orateurs. Dans le coin, la presse régionale les surnomme « les guerriers du vin ». Il y eut Emmanuel Maffre-Baugé, « le député rouge », André Castéra, « le Christ des Corbières », Jean Vialade, « le lion des Corbières » dans les années 1980, ou encore Jean Huillet, dit

« le Che », au moment de la prise de l'*Ampelos*. Cette affaire fut même le premier épisode de politique intérieure délicat à gérer pour le président François Mitterrand. Un bateau italien transportant du vin italien frelaté avait été pris d'assaut dans le port de Sète par un commando armé, ce dernier s'inspirant d'autres mouvements internationalistes violents.

Alors que Robin des vignes s'apprête à prononcer son discours de Narbonne, en cette année 2007, il porte l'esprit de révolte et l'histoire de la région. Comme tous les viticulteurs ici présents, Vergnes a grandi dans le souvenir de ces luttes, et son discours ne peut se comprendre que si on se rappelle qu'il est habité par les émotions d'une mémoire régionale bien vivante.

Ce qui est sûr, c'est que les caves coopératives au célèbre fronton « Un pour tous, tous pour un » et à la fameuse devise « Un homme, une voix » n'ont plus grand-chose à voir avec celles du début du xx^e siècle. Elles ont été au cœur d'un productivisme qui a subi de plein fouet les premières secousses d'un monde social français en bouleversement. Les paysans, grands consommateurs de vin, ont en grande partie disparu. Les populations de mineurs et d'ouvriers n'ont cessé de diminuer. La fin de la conscription militaire a entraîné une diminution des achats de vin par l'armée.

Le vin de table, boisson du quotidien, n'a plus la cote en Europe et ne séduit guère les nouveaux consommateurs lointains. Je perçois désormais un monde à deux vitesses, avec de nouvelles routes amenant la France et ses viticulteurs vers de nouveaux espaces.

La ruée vers l'or rouge

À des milliers de kilomètres de Narbonne, l'atmosphère est bien différente quand je me rends pour la première fois, en 2012, dans la capitale chinoise. Je poursuis mon enquête à Pékin, où je vais rencontrer des Français qui sont impliqués dans l'explosion de la consommation du vin. La ville est loin de l'ambiance feutrée de Hong Kong. La première épreuve consiste à se déplacer dans cet ensemble de plus de 20 millions d'habitants, où les transports publics ne sont pas adaptés à l'expansion urbaine. Pékin est encerclé par cinq périphériques, dont les trois premiers connaissent de forts embouteillages, malgré les différentes mesures pour limiter l'usage de la voiture. Je séjourne dans un quartier résidentiel au-delà du troisième périphérique, et il me faut plus de deux heures pour rejoindre le centre, où j'ai rendez-vous avec Jérôme, un entrepreneur français qui importe du vin.

Quand mon taxi me dépose, je pense m'être trompé d'adresse, car l'immeuble ressemble à un lieu d'habitation. Dans le hall, un patchwork de plaques désigne toutes sortes d'activités : il y a aussi bien des logements que des entreprises. Ce mélange des genres s'explique par l'incroyable développement des activités économiques privées dans une société où tout était précédemment sous le contrôle de l'État. Trouver un bureau à Pékin est une opération difficile pour les petites entreprises, et de nombreux logements ont été transformés pour remédier à la pénurie.

Jérôme, jeune Français installé là depuis 1999, se préoccupe de trouver le plus de vin possible pour ses clients chinois, de plus en plus nombreux. Pourtant, il n'est pas insensible à ce Midi qui saigne encore. Il le connaît bien, même, puisqu'il est né dans le village de Servian, entre Béziers et Montpellier. Son père était viticulteur à la cave coopérative, mais il a vendu ses vignes. La coopérative de Servian a fusionné avec dix autres pour former le groupement des Vignerons de l'Occitane, qui produit un vin industriel à bas prix. La plupart des caves coopératives du Midi sont liées à cette agro-industrie viticole, très dépendante de la grande distribution européenne. Elles éprouvent des difficultés face aux transformations des modes de consommation, caractérisées par le recul du vin comme boisson du quotidien. Jérôme a sa petite idée sur cette crise, mais il préfère me parler de son expérience et du boom du vin en Chine.

Après avoir terminé une conversation téléphonique animée en mandarin avec un de ses clients, il m'invite à m'asseoir en me précisant qu'il n'a malheureusement pas beaucoup de temps à m'accorder. Nous passerons finalement de longs moments ensemble. En 1998, avec son diplôme d'œnologie de l'école d'agronomie de Montpellier en poche, il n'envisage pas de reprendre l'exploitation paternelle et rêve plutôt d'explorer le monde. Il a une première expérience professionnelle en Australie, puis doit faire son service militaire. Il dépose sa candidature pour un service civil de coopération en entreprise. Il est recruté par Pernod Ricard pour un contrat de dix-huit mois et s'envole pour la Chine. Dans ce pays, dont il ignore à peu près tout, il travaille pour le grand groupe français, qui est l'un des premiers à se lancer dans l'expérience d'un joint-venture avec un des géants de l'agro-industrie chinoise, l'entreprise d'État Dragon Seal. Jérôme a été l'un des premiers *flying winemakers* français en Chine. Il me confie : « C'était passionnant, il y avait tout à faire, tout à inventer. Je devais rester quelques mois, et finalement j'ai fait dix vendanges en Chine avant de décider de m'installer et de me lancer dans l'importation de vins français. »

En 2005, après Pernod Ricard, il revient en France : « J'avais le sentiment que je ne servais à rien. Les relations étaient compliquées avec les anciennes générations, beaucoup trop de choses étaient verrouillées. La France, je ne m'y voyais pas, je n'avais aucune responsabilité, alors qu'ici j'avais un impact. » Il part un temps travailler dans un vignoble en Israël

pour finalement revenir en Chine. Depuis, Jérôme est resté : « On est partis de rien, il fallait tout faire, on a beaucoup essayé, j'ai beaucoup appris, j'ai vécu ce moment inouï du développement de la Chine. Tout est allé très vite. Pour nous, c'est difficile à comprendre, car chez nous, dès que l'on change quelque chose, des polémiques apparaissent. Ici, tout va très vite et de manière assez brutale. » Il a sous les yeux l'explosion du monde urbain et la nouvelle ruée vers les vins français. Il décide de quitter la production pour créer en 2006 une société de négoce avec plusieurs associés basés à Carcassonne. Leur idée est simple : acheter du vin en vrac à bas prix dans le Languedoc, le faire venir en Chine par bateau pour ensuite le conditionner comme un objet de luxe et le vendre très cher. Il m'explique que sa société satisfait ainsi un marché chinois qui a de plus en plus soif.

Il tient à me prévenir : « Fais-moi plaisir et oublie tout de suite ce que tu as vu à Hong Kong. Hong Kong est un monde qui n'a rien à voir avec la Chine continentale. Ici, il n'y a pas ces élites *british* qui sirotent des grands crus. Au départ, quand je suis arrivé, les Chinois utilisaient le vin pour se la péter. On achète le plus cher et on flambe... Il faut dire qu'ici c'est la folie, je n'ai jamais vu autant de Ferrari, de Porsche. Mais surtout, il y a une autre différence, ils veulent du vin pour boire, concrètement. Ils aiment l'ébriété. Ici, tu vas voir, on trinque, on fait *gambei*, cul sec, et de nombreuses fois dans la soirée. Ils boivent du vin un peu comme les Russes la vodka. »

Mais il constate déjà des changements en Chine : le vin est désormais consommé comme un produit de luxe, de manière occasionnelle et dans certaines circonstances sociales.

Au cours de mon enquête, de 2012 à 2017, je séjourne à plusieurs reprises à Pékin, mais aussi à Shanghai et à Shenzhen, pour comprendre l'adoption de cette boisson exotique par la population chinoise. Ces trois grandes villes côtières ont joué un rôle central dans la propagation de la consommation de vin. Alors qu'il n'y avait que vingt mille étrangers en 1980, Jérôme fait désormais partie du bon million de résidents étrangers sur le territoire de la République populaire de Chine, dont probablement plus de cent mille Français, d'après les informations de l'ambassade de France en 2018. La soif de consommation de produits étrangers comme le vin s'inscrit dans une étape historique, qui débute avec la fin du régime

autarcique prôné par Mao Zedong. En 1978, la politique dite « de la porte ouverte », proclamée par Deng Xiaoping, inaugure une nouvelle phase pour la société chinoise, qui s'ouvre peu à peu. En 1992, le leader chinois accentue le changement en lançant la fameuse phrase « Enrichissez-vous ! », qui donne une légitimité sociale à la consommation dans cette société communiste. En 2001, la Chine adhère à l'Organisation mondiale du commerce (OMC), d'où une accélération sans précédent de l'importation de marchandises étrangères.

Je vais à la rencontre des acteurs du monde du vin pour comprendre ces nouvelles logiques de consommation. À l'instar de Jérôme évoquant les innombrables voitures de luxe dans les rues de Pékin, mes interlocuteurs veulent me faire ressentir l'atmosphère très particulière qui règne alors dans ces villes chinoises. Ils évoquent un miracle économique, la démesure et l'explosion de la consommation. Les mégapoles ne dorment jamais, et je perçois très vite cette effervescence par l'omniprésence de grues qui assurent la construction d'hôtels, de restaurants et de divers centres commerciaux, qui pullulent. Avec l'absence d'interdit sur l'alcool, cette Chine en pleine ébullition est comme un eldorado à conquérir par les vendeurs de vins qui y opèrent.

Un petit retour en arrière est nécessaire ici pour comprendre l'émergence de ce désir de consommation qui a une dimension subversive par rapport à l'ordre sociopolitique de la fin des années 1980.

C'est d'abord à travers l'univers cinématographique que la soif de vin surgit dans l'imaginaire des Chinois. En 1989, le film hongkongais *God of Gamblers (Les Dieux du jeu)* va connaître un succès massif en Chine populaire. Cette comédie qui circule sous le manteau fascine, car elle vient incarner tout ce qui est interdit et désiré par une partie de la société chinoise : le jeu, la réussite personnelle, l'ascension sociale fulgurante, l'argent, l'amour et le plaisir. On y voit le héros, un nouveau riche chinois, boire du vin. En 2008, un autre film, *If You Are the One (La Perle rare)*, du réalisateur chinois Feng Xiaogang, a lui aussi contribué à populariser le vin. Dans cette comédie romantique, un des plus gros succès du cinéma chinois, le héros revient en Chine sans diplôme après plusieurs années passées à l'étranger. Grâce à sa malice et à son sens des affaires, il va devenir riche. Il cherche ensuite à conquérir le cœur d'une femme qui serait désintéressée et sincère. Dans une scène devenue

mythique, il commande « un Château Lafite 1982 ou rien ! » Cela a déclenché une vague d'enthousiasme pour le Lafite (*lafei*) et son millésime 1982, qui est probablement devenu depuis la bouteille la plus contrefaite en Chine²⁰.

Ces films incarnent l'émergence d'une nouvelle figure sociale, celle du nouveau riche. Dans la société chinoise de la fin des années 1990, il s'agit d'un homme qui n'a pas fait les grandes écoles de l'administration, qui n'a pas de statut élevé dans la hiérarchie du Parti, mais qui a su profiter du changement de système. Son mode de vie est orienté vers le plaisir, que ce soit ses relations amoureuses, son goût pour l'argent ou le jeu, sa propension à la consommation de produits de luxe et son désintérêt pour la politique. C'est un style de vie qui apparaît bien loin de celui promu par la Chine populaire, fait de décorations, de titres, de médailles et de privilèges dans les institutions publiques. La figure du nouveau riche incarne une tendance plus générale d'affirmation de son individualité et de ses goûts.

Jérôme est un témoin direct de cette Chine où la richesse individuelle est volontiers ostentatoire. La consommation est alors subversive à double titre. C'est un moyen d'exprimer son individualité, mais aussi une façon de transgresser les normes sociales d'un système où les citoyens demeurent très dépendants des multiples bureaucraties qui régulent la vie sociale.

Au moment de notre première rencontre, en 2012, sa société est déjà bien développée, et Jérôme travaille beaucoup pour satisfaire les demandes de ses clients, à qui il vend plus de 2 millions de bouteilles chaque année. À propos de la création de sa société de négoce avec ses associés français, Jérôme parle de l'existence de deux marchés bien distincts, celui du vin cher et celui du vin très cher. Il m'explique : « En Chine, le vin est associé à un objet de luxe, donc il n'a de la valeur que s'il est cher. Pour les Chinois, si ce n'est pas cher, cela ne les intéresse pas, ce n'est pas bon ou c'est suspect, car il peut s'agir d'une contrefaçon. Les grandes marques sont essentiellement les bordeaux et les bourgogne. Notre principe de développement a été de faire venir du vin pas cher et de travailler sur la qualité de la bouteille, les étiquettes, pour en faire un objet de luxe. » Ils s'approvisionnent dans le sud de la France et en Espagne. Depuis quelque temps, ce n'est plus seulement quelques millionnaires,

selon lui, qui veulent boire du vin, mais les milieux d'affaires des grandes villes, qui organisent de plus en plus ses repas avec du vin au détriment du *baiju*, cet alcool de riz distillé à 50 degrés, dévastateur pour la santé.

L'engouement pour le vin renvoie également à une préoccupation politique concrète : les ravages de l'alcoolisme. En 1996, lors du Congrès national du peuple, Li Peng décide que tout doit être mis en œuvre pour changer les habitudes des élites du Parti, qui boivent trop lors de banquets fastueux, jugés de plus en plus indécents. Plusieurs scandales ont éclaté pour dénoncer l'alcoolisme parmi la classe politique. De nombreux comas éthyliques au cours de banquets officiels ont été diffusés sur le Net, où l'on voit des responsables politiques ou d'entreprises d'État ivres morts. Le *baiju*, la boisson nationale, doit être remplacé par le vin, qui est associé à des comportements plus « civilisés ». Des affiches dans l'espace urbain, des publicités à la télévision et des reportages évoquent les effets bénéfiques du vin sur la santé. Le gouvernement chinois espère ainsi limiter la consommation d'alcool fort, qui fait des dégâts parmi la population masculine. Le neuvième plan quinquennal (1996-2000) prévoit d'intensifier la production de vin pour ne pas développer les importations. Au lieu d'organiser une prohibition totale, les autorités chinoises veulent changer les habitudes. La consommation de vin est encouragée par les autorités politiques comme étant une bonne pratique sociale. Elle devient associée à la nécessité d'une restauration morale de la classe politique. Le pouvoir pousse ainsi largement les élites à accompagner de vin leurs banquets politiques ou leurs dîners d'affaires et à abandonner le *baiju*, symbole de dépravation sociale. Pourtant, le *baiju* demeure l'alcool le plus consommé, loin devant le vin. Un paysan chinois exploitant quelques vignes dans le Hebei m'a confié un jour : « Nous, on ne boit pas de vin, c'est trop cher, c'est pour les femmes, et nous, on préfère le *baiju*. »

Malgré le discours politique des autorités centrales, les 600 millions d'hommes faisant partie des classes populaires préfèrent effectivement l'alcool de riz traditionnel. Néanmoins, le vin fait son apparition dans les banquets.

Ces banquets revêtent une importance particulière pour comprendre les conditions d'émergence de la nouvelle société de consommation communiste. C'est notamment un moment privilégié d'échanges entre les

nouveaux entrepreneurs et les hommes de la bureaucratie, dont tous ont besoin pour faire fructifier leurs affaires. Le vin étranger est offert comme un cadeau prestigieux dans des transactions complexes.

Jérôme me dit : « Tu sais, c'est très difficile à comprendre pour l'instant, car il ne faut pas confondre les pratiques de consommation et le marché. Le vin est associé aujourd'hui à un produit de prestige. Nous, on travaille beaucoup avec des sociétés qui font des cadeaux d'entreprise. Nos vins ne sont pas forcément disponibles dans des magasins, mais ils sont redistribués directement à l'intérieur de réseaux de firmes. »

Son entreprise travaille sur un marché émergent où la bouteille de vin représente l'image du luxe. Elle accorde donc beaucoup d'importance au packaging, au marketing, car ses vins sont majoritairement destinés à être offerts. Jérôme travaille avec un jeune commercial, Thomas, qui est au plus près de cette nouvelle clientèle chinoise.

Thomas souligne la nécessité d'un investissement personnel pour vendre : « Les Chinois boivent beaucoup, notamment dans les milieux d'affaires. Ils renforcent des relations personnelles en buvant ensemble. C'est une forme de respect et un moyen d'établir un lien de confiance. Mes clients veulent que l'on boive à mort, pour voir qui je suis. Il y en a même un qui m'en veut, car il trouve que je ne bois pas assez... Une fois j'ai fait un black-out ! Je suis arrivé à un niveau de saturation, alors j'essaye tous les stratagèmes pour éviter de boire. »

Ce Champenois trentenaire m'explique qu'il a quitté sans regret sa région viticole natale. « Je suis d'une famille qui n'avait pas accès à l'univers du champagne. J'avais le sentiment que c'était un domaine d'activité réservé à la bourgeoisie locale et que les opportunités salariales restaient très minces. Avec un salaire peu attrayant et l'impossibilité de progresser rapidement, j'ai préféré partir. » Après des études de commerce à Colmar, il choisit lui aussi la Chine : il commence par un stage à Shanghai, dans une société qui importe du bordeaux, puis rejoint Pékin en 2011.

En vendant une marchandise de luxe comme le vin, Thomas se trouve au cœur d'une logique sociale fondamentale dans la société chinoise. Les échanges économiques reposent sur la confiance quand ni le droit ni la législation ne peuvent garantir les relations d'affaires. L'idée de signer un contrat fixant exactement les clauses de l'accord entre les parties n'est pas

dans les habitudes. L'alcool vient sceller des liens forts entre des partenaires économiques qui ne peuvent parfois pas l'être officiellement. Un autre homme d'affaires installé à Pékin confie : « Pour faire des affaires, il faut des protecteurs à l'intérieur de l'État, qui t'évitent les inspections multiples et l'arbitraire de l'administration. Ici, le réseau est incontournable. Sans *guanxi*, tu es mort ! » Il faut donc nouer des liens de confiance avec le personnel de la bureaucratie pendant ces banquets où sont aussi échangés de multiples cadeaux.

Finalement, le commerce de Jérôme et de Thomas s'inscrit au sein d'une logique sociale incontournable dans la société chinoise. Construire son *guanxi* permet de garantir tout un ensemble de biens et de services dans un pays où les administrations occupent une place prépondérante.

Tous les produits de luxe venus d'Occident vont s'engouffrer dans cette logique sociale. Mais cette culture du cadeau (*liwu*) dépasse de loin le seul milieu des affaires et occupe une place incontournable dans toute la société chinoise depuis 1990. C'est une véritable obligation de nouer des liens entretenus par des dons et contre-dons.

Une bouteille de vin n'a pas ici la même signification que dans la société française. Elle change de statut et fait partie d'un véritable « système des objets », pour reprendre la formule de Jean Baudrillard : des biens qui sont échangés au cours de différentes transactions sociales. Ces objets sont associés à des valeurs de prestige et de luxe qui ne se réduisent pas au plaisir de la consommation individuelle. Ils servent à huiler des rapports sociaux et permettent de nouer des liens afin d'obtenir l'accès à des avantages et à des services au sein de la bureaucratie chinoise. Un autre Français travaillant à Shenzhen commente : « Cette culture du cadeau est très importante, et j'ai mis du temps à le comprendre. C'est indispensable pour mon business et ma vie ici en général. Je dois faire des cadeaux à tous ceux avec qui je travaille. Le douanier qui me facilite le dédouanement, le mec de l'inspection fiscale, la responsable de l'inspection sanitaire, etc. Nous utilisons nos propres bouteilles de vin pour ce petit jeu, et il y a aussi ce que l'on appelle les enveloppes rouges avec des billets verts... Les Chinois utilisent plein de marchandises occidentales comme cadeaux pour entretenir et faire prospérer leur *guanxi*. C'est tout un art, et heureusement que j'ai une assistante chinoise qui m'explique ce qu'il faut faire et ne pas faire. »

Le cadeau s'inscrit dans une logique d'échanges complexes où la frontière avec la corruption n'est jamais loin. Bruno, commercial dans le vin à Shenzhen, m'explique que l'administration n'est pas quelque chose d'anonyme et d'impersonnel : « C'est très difficile de faire du business en Chine de manière légale, car il y a trop de lois impossibles à respecter. Tout le monde cherche à connaître son fonctionnaire dans la myriade des bureaucrates. Cette personne est compréhensive et règle ton problème. Tout le monde triche, et tout le monde sait qu'il faut tricher pour arriver à faire quelque chose ici. Le *guanxi* permet de s'en sortir face à cette adversité permanente. Mais c'est épuisant, car on a le sentiment que c'est fragile, et il suffit qu'il y ait un turnover dans le personnel pour devoir repartir à la chasse d'un nouveau protecteur ! »

Boire ensemble demeure un impératif aussi bien dans le milieu politique que dans celui des affaires. Cet acte social reste déterminant pour nouer les rapports de confiance si importants. Un autre commercial français vendant du vin à Pékin depuis plusieurs années me raconte : « Si tu ne bois pas, on te le reproche comme si tu ne respectais pas ton partenaire en affaires. Il faut se soûler à mort avec lui, partager une intimité très forte pour arriver à un partenariat de confiance... où il va falloir trouver un arrangement souvent à moitié légal. C'est ainsi que fréquemment on t'offre de l'alcool, et après, parfois, on t'offre même une femme... »

Le vin peut s'offrir dans différentes circonstances sociales, mais sa consommation connaît un pic à certains moments, notamment au Nouvel An chinois, pour la Saint-Valentin, le 1^{er} Mai, le 8 Mars (Journée de la femme), ou encore pendant la fête nationale (1^{er} Octobre). La bouteille de vin offerte peut échouer dans un appartement comme objet décoratif et prestigieux venu d'Occident. Le vin n'est pas forcément bu, et la bouteille peut être réutilisée comme cadeau dans une autre occasion sociale.

Ce système des objets est bien connu des autorités, car il est au cœur d'une logique bureaucratique où les fonctionnaires sont mal payés. Dons et contre-dons sont largement pratiqués par de nombreux citoyens chinois pour obtenir la médiation d'un fonctionnaire dans l'accès aux biens et services dépendant de l'État. Chaque citoyen pratique ce savoir-faire au quotidien, tout en portant un regard critique sur ce système de corruption de ses élites et de son administration.

Inquiet de l'ampleur du phénomène à son arrivée au pouvoir, le président Xi Jinping a établi dès 2013 de nouvelles lois anticorruption visant tout particulièrement cette logique du cadeau. En 2014, nombre de mes interlocuteurs s'inquiètent des répercussions de cette loi sur l'économie du vin en Chine. L'un d'eux m'explique : « On a eu peur pour le commerce du vin, car on savait qu'offrir par exemple un Lafite à un fonctionnaire était souvent considéré comme le top des cadeaux pour obtenir sa protection. Mais je vais te dire, les lois ne changent rien, car nous trouvons d'autres arrangements, et maintenant il faut simplement être plus discrets. Et si le vin était au top, ce n'est pas une loi d'interdiction qui pouvait changer les choses. Cela voulait dire que les gens désiraient en consommer ! »

Quelque temps après, le succès du vin ne se dément pas : il ne peut pas se réduire à un objet prisé uniquement pour son rôle dans ce système de cadeaux, il est aussi associé à de nouvelles pratiques sociales. La consommation de vin en Chine demeure relativement modeste, avec 1,3 litre par habitant et par an (en 2012)²¹, mais elle progresse chaque année et concerne un marché potentiel énorme avec une population de plus de 1,4 milliard d'habitants.

Le vin est une boisson qui est associée à l'ouverture, au plaisir et à la culture, car son appréciation nécessite une éducation. Il se consomme à l'extérieur de l'espace domestique, sauf dans l'univers très restreint des collectionneurs et des amateurs, même si l'on constate que les rayons vins des supermarchés ont considérablement augmenté.

C'est plutôt une clientèle jeune, des grands centres urbains, qui cherche à en consommer dans les bars et les restaurants, lesquels proposent généralement sur leur carte des crus français et australiens. Les résidents étrangers en Chine, de plus en plus nombreux, sont aussi des consommateurs et des prescripteurs auprès des Chinois qui fréquentent les mêmes lieux de sociabilité cosmopolites. Les nouveaux hôtels, les restaurants et les bars à vin ont joué un rôle essentiel dans la diffusion du vin. Lin, une étudiante, raconte : « Pour nous, aller manger dans un restaurant avec une fourchette, un couteau, manger un steak, boire un verre de vin, prendre le temps, avec de la lumière tamisée, c'est une

expérience exotique et romantique. Je me souviens, au début, quand j'ai commencé à y aller, je regardais les tables d'à côté pour voir comment tenir ma fourchette, mon verre... »

Dans cet univers, les vins étrangers, et plus particulièrement français, jouissent d'un prestige indéniable. De surcroît, la plupart des amateurs chinois éclairés ne font pas confiance à la production locale. Les divers scandales alimentaires en Chine, notamment celui du lait contaminé, ont provoqué une importante défiance de la part des populations citadines. La consommation de vins étrangers apparaît alors aussi comme un moyen d'échapper au risque d'empoisonnement, à condition que le produit soit authentique. Cette clientèle est donc à la recherche de lieux de distribution ou de consommation où elle aura la certitude de trouver des produits de qualité. Carol, une jeune Chinoise rencontrée à Shenzhen dans un restaurant franco-italien, m'explique : « Moi, je n'achète jamais un sac Vuitton à la boutique d'ici. On dit que les vendeuses remplacent les vrais par des faux. Je préfère aller à Paris directement... Pour le vin, c'est pareil, c'est difficile d'avoir confiance, il faut donc bien choisir son club et connaître les gens qui y travaillent. Je n'achète jamais de vin dans les boutiques d'ici, je suis sûre qu'il est faux. »

Xavier et Pascal travaillent depuis une dizaine d'années à Shenzhen avec des distributeurs qui doivent fournir ces lieux de consommation inédits. Ils évoquent la multiplication de nouveaux restaurants et bars à vin dans les grandes villes chinoises. Il ne s'agit plus forcément de lieux cosmopolites où se côtoient résidents étrangers et Chinois, mais aussi d'endroits où les femmes peuvent boire avec des hommes, ou entre elles, sans être socialement stigmatisées ou contrôlées.

²⁰ « Contrefaçon de grands crus : “Il y a plus de Lafite 1982 en Chine qu'il n'en a été produit en France.” », *Sud Ouest*, 10 août 2011 (<https://www.sudouest.fr/2011/08/10/contrefacon-de-grands-crus-il-y-a-plus-de-lafite-1982-en-chine-qu-il-n-en-a-ete-produit-en-france-471616-713.php>).

²¹ Jeanne Bourgain, « Vinexpo Hong Kong 2012 : le salon qui ne connaît pas la crise », 29 mai 2012 (<https://www.idealwine.net/vinexpo-hong-kong-2012-le-salon-qui-ne-connaît-pas-la-crise/>).

OceanofPDF.com

L'entre-soi

En 2015, je me rends à nouveau à Pékin, bien décidé à découvrir les nouveaux lieux de consommation de vin. Je dois rencontrer un jeune Chinois qui a fait ses études en France, dans la région d'Avignon. À son retour, il s'est spécialisé dans la vente de vins français.

Félix me donne rendez-vous un dimanche dans une foire de voitures de collection, sans me donner davantage d'explications. J'arrive dans un immense parc des expositions où des badauds se promènent en famille ou en couple. Certains s'arrêtent devant le stand des Ferrari et observent les mannequins qui posent en minishort rouge. Un peu plus loin, un jeune couple branché, aux vêtements multicolores, contemple une Cadillac de 1907. Le garçon s'agenouille, priant et se prosternant devant la voiture, puis se fait photographier par son amie devant la Rolls-Royce utilisée dans le film de Coppola *Le Parrain*. Un peu plus loin sont exposées d'anciennes Bugatti, Aston Martin, Porsche et autres voitures de luxe ayant été vues dans les films américains à succès.

Le stand de Félix se trouve à l'extérieur et sert un peu de contrepoint à l'univers luxueux du salon. Il y expose sa collection exotique de 2 CV. Sur une des voitures, le pare-soleil affiche le slogan « Ceci n'est pas une voiture, mais un art de vivre ». Quelques badauds s'amuse à s'asseoir au volant pour se faire photographier. Félix m'explique : « Cela peut paraître bizarre de voir ce type de voiture sur un salon du luxe, mais le luxe, c'est aussi prendre le temps ou avoir du temps. C'est ce que symbolise cette voiture. La France, pour moi et pour beaucoup de Chinois, c'est l'art de

prendre son temps. C'est aussi une marque très liée à l'amitié franco-chinoise. En Chine, tout le monde connaît la 2 CV à travers les films de Louis de Funès. »

Le choix de la France s'enracine dans son histoire familiale et dans une volonté de se distinguer des autres étudiants. Il se souvient : « De mon temps, tout le monde voulait apprendre l'anglais et partir aux États-Unis. Moi, je suis d'une famille d'artistes et j'aimais la peinture française. J'ai décidé d'étudier le français, et mon père, qui avait quelques amis en France, m'a beaucoup aidé à obtenir une autorisation de sortie. »

Pendant ses études à Avignon, où il prépare un master « Commerce du vin », il est logé par une famille de vignerons. Il précise : « Cette famille m'a sensibilisé au paysage français, au vin et à l'art de vivre à la française. Pour nous, la France, c'est romantique, vous avez su préserver vos petits villages, vos paysages. C'est comme un retour dans le passé, une leçon de vie. Il faut que nous apprenions à prendre le temps, nous qui travaillons en permanence. Pour nous, la France est *langman*, c'est-à-dire romantique ! »

Les citoyens chinois voyagent depuis peu, et la France est une destination prisée. Ils sont très sensibles à sa dimension romantique, à sa campagne bucolique. La France et le vin sont associés à la nostalgie d'une époque révolue en Chine, où la ruralité a quasiment disparu.

Nous poursuivons notre discussion le lendemain, dans les locaux de son club, où il commercialise des vins français. Ses bureaux sont installés dans un ancien bâtiment administratif, au milieu d'un parc boisé. En arrivant, j'aperçois une 2 CV dans le jardin intérieur et je comprends que je ne suis plus très loin. Le bâtiment accueille diverses activités, sans rapport les unes avec les autres, et aucune indication ne permet de s'orienter dans les différents bureaux. Félix me reçoit à l'intérieur d'un club privé qu'il a ouvert il y a seulement quelques mois avec plusieurs partenaires. Pour y entrer, il faut montrer patte blanche au garde du corps qui me demande ma carte de membre. Finalement, Félix vient m'accueillir et me fait entrer.

Dans le hall, il y a un très grand tableau d'un paysage montagneux rappelant le Tibet. Cet endroit est dédié à la culture française et au Tibet, m'explique-t-il. J'ai du mal à saisir la relation entre les deux. Je comprends mieux lorsque Félix me présente son associé en affaires. C'est un Han, fils d'un haut fonctionnaire ayant des responsabilités politiques très importantes au Tibet. Félix m'explique : « Mon partenaire est

producteur d'une série télé sur le Tibet très connue en Chine. Notre point commun, c'est qu'il veut donner une autre image du Tibet, et moi, je veux contribuer à donner une bonne image de la France ! »

Nous visitons le lieu, et je découvre un immense espace composé d'une grande salle de restaurant qui propose une cuisine franco-tibétaine. Il y a également un salon de réception, une galerie d'art, où est exposé un artiste tibétain contemporain, quelques bureaux et une salle sans fenêtres transformée en un vaste cellier à vins.

Pour devenir membre de ce genre de club, l'argent ne suffit pas, les logiques de cooptation sont de rigueur. Certaines catégories de fonctionnaires ont interdiction d'en faire partie, car ces sociétés sont jugées incompatibles avec leurs obligations professionnelles. Dans ce cas, c'est souvent un autre membre de la famille, une épouse, une fille, une concubine, une assistante, un neveu, un fils, qui peut devenir sociétaire du club et nouer des relations avec les milieux d'affaires. « Il y a désormais de plus en plus de clubs de ce type, en Chine. Les gens se retrouvent pour y être tranquilles et faire des affaires. C'est un espace de confiance où ils doivent se sentir à l'aise. »

Le cellier de Félix est rempli de plusieurs centaines de bouteilles de vins français. On y trouve de grands médoc, des vins du Languedoc, de la vallée du Rhône, et même quelques cahors. Il organise régulièrement dans cette salle des dégustations et affirme que ses clients veulent de plus en plus connaître ce qu'ils consomment et découvrir l'histoire d'une région, d'un producteur. Beaucoup de membres sont des collectionneurs, tandis que d'autres cherchent à développer un savoir pour transformer cette marchandise en investissement. « Au début, je commercialisais des bordeaux, mais je me tourne maintenant davantage vers la Bourgogne, les côtes-du-rhône et le Languedoc. Je connais bien le système français des appellations et j'organise souvent des dégustations pour éduquer nos membres en les sensibilisant aux vignerons indépendants. »

Dan, l'un des clients du club, me confie qu'il achète ici pour plusieurs raisons. Il aime lui-même le vin et en consomme régulièrement pour séduire des femmes. Il s'approvisionne aussi au club pour proposer des bouteilles dans ses hôtels, qui sont fréquentés par des Français. Dan a sa propre cave de garde : « J'ai aussi des vins de collection, en espérant que

leur prix va augmenter. J'ai beaucoup acheté de vins de marque pour faire des cadeaux à des fonctionnaires, mais maintenant, c'est très risqué. Il faut procéder autrement pour gagner leurs faveurs. »

Les Chinois achètent une bouteille comme un objet de prestige. Elle peut être le symbole d'un investissement social. Les marchandises de luxe apparaissent comme un placement sécurisé. Leur valeur protège de la peur d'un déclassement social, appréhension particulièrement prégnante en Chine.

Les clubs privés s'imposent comme un nouveau type de sociabilité dans le milieu des affaires. En quelques années, ils sont devenus très prisés par cette classe sociale émergente. C'est un lieu idéal pour faire fructifier son *guanxi* à l'abri des regards.

Dans un premier temps, ils ont été créés par des hommes proches du régime pour développer leur réseau social et faciliter les contacts avec les expatriés présents dans les grandes villes chinoises. L'un des tout premiers, le Capital Club, a été fondé par un homme d'affaires lié à l'industrie de l'armement. Fils de l'un des « huit immortels », il faisait partie des intouchables par le régime et a développé l'un des plus grands conglomérats financiers d'État (China International Trust and Investment Corporation, Citic) à la demande de Deng Xiaoping. Ces clubs se sont multipliés pour devenir des lieux incontournables de la nouvelle société chinoise.

Désormais, nombre d'entre eux, tel celui de Félix, n'accueillent plus que des Chinois. C'est là que se retrouvent les *xingui* (nouveaux riches). Ils aimeraient devenir des *taizi* (princes rouges) et obtenir le statut social d'intouchable dans un régime politique prompt à réprimer les individus qui abuseraient de leur position dominante dans le secteur privé. En effet, à la différence des hommes d'affaires occidentaux qui sont en relation avec eux, ils sont toujours conscients de la possibilité d'un revers de fortune et d'une absence de stabilité pour leurs affaires. Il y a les soubresauts de la Bourse, mais surtout les changements de protection politique, qui les obligent à des stratégies complexes pour se protéger. Il est donc nécessaire de faire profil bas, car le contrôle politique est omniprésent. Un jeune Chinois m'explique : « Après mon retour de France, j'ai mieux compris la différence entre une société capitaliste et la

nôtre. Chez nous, quand tu fais des affaires, il y a une peur constante que notre réseau politique de protection, le *guanxi*, s'effondre. Si tes protecteurs tombent, tu peux tomber avec eux et te retrouver en prison. »

De très nombreuses personnalités du monde des affaires sont régulièrement emprisonnées pour évasion fiscale, manipulation financière ou corruption. Une des manières de se couvrir est de créer un club dont la finalité est la défense d'une des lignes officielles du gouvernement. Félix commente : « Notre club est dédié à la culture au Tibet, qu'il ne faut pas confondre avec la culture tibétaine, ce n'est pas du tout la même chose. Nous ne faisons pas la promotion du bouddhisme tibétain. Nous parlons des rapports cosmopolites entre les Han et les Tibétains aujourd'hui, nous mettons en avant la beauté de la nature et les réalisations du gouvernement dans cette région chinoise. »

Pékin comptabiliserait aujourd'hui plus de quatre mille clubs privés de ce type. Leur activité est tolérée si elle témoigne d'une forme de loyauté envers le gouvernement chinois. Dans la même perspective, beaucoup de lieux d'initiative privée doivent démontrer leur contribution à la grandeur de la Chine populaire. C'est ainsi que l'on voit fleurir de nombreux musées consacrés au rapatriement de l'étranger d'objets de la culture chinoise.

L'accomplissement collectif apparaît comme une justification primordiale pour la survie de ces clubs. Ils se multiplient comme des lieux ambivalents où s'affiche une vision politique et où se construisent des rapports sociaux complexes entre milieux d'affaires et institutions.

Le désir de vin est l'expression d'un mouvement social issu de ces nouveaux consommateurs. Les autorités politiques ont joué aussi un rôle important à partir de 1996 en considérant que la consommation d'alcool était un énorme enjeu social. Les gouvernements successifs ont cherché à orienter la consommation, tout en étant dépassés par le phénomène. Les lois anticorruption votées en 2013 stigmatisent des habitudes et visent une partie des membres du Parti qui reçoivent de nombreux cadeaux. Elles servent au PC chinois à organiser une circulation du pouvoir en accusant régulièrement certains responsables du Parti-État. Dans le milieu des affaires, la méfiance règne. Félix résume : « Tout le monde est corrompu et sait qu'un jour ou l'autre il risque de tomber. »

Le pouvoir central s'impose alors comme le garant de l'intégrité, à l'opposé de certaines bureaucraties locales qui seraient corrompues. Les purges anticorruption lancées en 2013 dans tout le pays ont permis de placer de nouvelles personnes à la tête des différentes instances. Un homme d'affaires installé depuis trente ans à Pékin me confie pourtant : « Le système reste le même, tu as besoin de collaborer avec des fonctionnaires pour faire des affaires, car la loi est impossible à respecter. Depuis 2013, il ne faut pas se faire d'illusions, la corruption reste ! C'est toujours les mêmes logiques qui fonctionnent, c'est simplement que de nouvelles personnes sont là. »

La consommation massive de marchandises étrangères vient souligner le creusement des inégalités sociales et ne provoque pas que de l'enthousiasme. Elle gêne de plus en plus le pouvoir central, mais fait également émerger de nouveaux discours populaires nationalistes condamnant l'étalage de la richesse. Ainsi, au début de l'année 2012, à l'occasion d'une vente aux enchères organisée pendant le Changli International Wine Festival, un riche Chinois, artiste à ses heures, fait sensation. Il achète deux bouteilles de vin d'Alsace du domaine Beyer pour la somme stratosphérique de 30 000 dollars (environ 24 000 euros), avant de les casser immédiatement devant les journalistes et les caméras, appelant les citoyens chinois à un sursaut national²². Son geste est, selon lui, une performance artistique qui assure le buzz sur Weibo (le Facebook chinois), où les commentaires nationalistes fusent. L'appel est clair : le problème n'est pas seulement les inégalités sociales que cette consommation ostentatoire révèle, il faut un sursaut nationaliste, et désormais boire chinois ! Les formes de consommation deviennent un ressort politique nationaliste, et la réduction des importations de produits étrangers est un objectif prioritaire pour le gouvernement de Xi Jinping. Même si les Chinois préfèrent les vins étrangers.

Les autorités ont tout particulièrement encouragé, depuis les années 1980, la création de joint-ventures : après avoir fabriqué des marchandises à bas coût exportées dans le monde entier, les Chinois veulent désormais produire de la qualité. La Chine doit montrer qu'elle en est capable, si elle veut satisfaire une population qui se tourne vers les

marques étrangères. Lors du 17^e Congrès du PC chinois, en 2007, toute une réflexion est menée sur le *soft power* que véhiculent les produits, et la question de la valeur des biens est au centre des réflexions des cadres du Parti. Le constat est clair : les produits véhiculent des valeurs culturelles, sociales et politiques. Dans les échanges mondiaux, la Chine doit combler son retard. Cette prise de conscience de la nécessité de penser l'influence à travers la valeur des marchandises pousse le gouvernement à être attentif au développement de produits à forte dimension culturelle et identitaire. Le vin en fait partie, il pourrait symboliser l'insertion chinoise dans les échanges mondiaux. Le storytelling associé à une marchandise nationale devient un enjeu majeur pour la Chine dans la globalisation : puisque la Chine boit du vin étranger, elle se doit désormais de produire du vin chinois.

22 « Une bouteille de vin d'Alsace achetée 15 000 \$ et brisée en public par "patriotisme", *La Revue du vin de France*, septembre 2012 (<http://www.larvf.com/vins-alsace-chine-emile-beyer-vente-aux-enchere,2001117,4247742.asp>).

[OceanofPDF.com](http://www.oceanofpdf.com)

La *French Etiquette*

Un soir, je rentre tard de Kowloon, le quartier où je viens d'assister à un atelier-dégustation pour touristes chinois. Après avoir passé plusieurs heures dans une salle climatisée de l'hôtel *The Peninsula*, je décide de prendre mon temps pour regagner mon domicile. J'aime emprunter les ferries qui traversent la baie de Hong Kong. Ce soir-là, j'ai envie de profiter du calme de la traversée, de ressentir la fraîcheur et la moiteur naturelles de l'extérieur tout en admirant au loin le spectacle lumineux de Hong Kong Island avec ses tours-bureaux illuminées et ses multiples panneaux publicitaires qui clignotent. Je repense à cet atelier et me remémore les conclusions du formateur, qui a cité la célèbre formule d'Ernest Hemingway empruntée à Rabelais : « *Wine is one of the most civilized things in the world.* » Il cherchait à insister sur le fait que le vin suppose une manière singulière de le déguster, implique de mobiliser des connaissances et d'adopter un comportement singulier avec les autres. L'image du vin comme symbole de civilité est essentielle pour comprendre l'engouement actuel des Chinois pour cette boisson. Ce formateur expliquait que le temps où tout le monde devait s'habiller pareil et boire la même chose était révolu. Le vin est associé à l'idée de se distinguer par son goût, sa connaissance, ses bonnes manières. Cet imaginaire est entretenu par des films, mais aussi par des spots publicitaires et des discours politiques associant le vin à une conduite sociale politiquement correcte. Sa consommation implique de se plier à une éducation de l'esprit et du corps.

C'est la fréquentation des multiples dégustations et soirées de gala qui m'a permis de faire la connaissance d'Andrew, ce formateur surprenant : Chinois originaire de Shanghai, il a fait des études à Londres et il est journaliste depuis trente ans à Hong Kong, où il anime un blog consacré à la cuisine et aux plaisirs de la table. Ces dernières années, il a développé une nouvelle activité en accueillant de petits groupes de touristes VIP venus de Chine. Il leur propose un séjour pour apprendre les bonnes manières du monde occidental en découvrant les boutiques de mode, les nombreux restaurants et bars à vin de Hong Kong et de Shenzhen. Andrew est une sorte de médiateur culturel : « Les personnes comme moi sont des ponts entre deux mondes qui se côtoient à nouveau. Certains Chinois nous appellent des *banana*. »

Selon lui, la question de l'étiquette est devenue une obsession en Chine, une préoccupation majeure parmi les élites chinoises, qui sont confrontées à un monde social de plus en plus cosmopolite. Par ailleurs, chacun cherche à se distinguer dans la manière de consommer, de s'habiller, de manger et de boire.

J'accompagne à nouveau Andrew pour assister à un des séminaires qu'il organise dans un grand hôtel de Shenzhen. Nous nous retrouvons au petit matin, dans le métro, à proximité du passage où plusieurs centaines de milliers de personnes franchissent quotidiennement la frontière entre Hong Kong et la Chine continentale.

Face à la cohue, il s'arrête et m'invite à être attentif. Il m'assure qu'il est capable, en observant les attitudes, de distinguer un Hongkongais d'un continental. Il me confie : « Ce passage est ouvert depuis peu et nous appartenons désormais à un même pays, mais il reste des frontières invisibles entre nous. Nous repérons les Chinois du continent à leur manière de se tenir, de s'habiller et de manger..., et aussi à cette habitude de parler fort ou de cracher. »

Nous nous mêlons à une foule extrêmement dense et nous arrivons rapidement à Shenzhen, où je perçois immédiatement une autre réalité. L'architecture, les bâtiments, les voitures, les comportements sociaux diffèrent de l'ambiance policée de Hong Kong. Nous avons quitté l'ordre immuable qui règne sur l'ancienne île britannique, et les files d'attente spontanées du métro de Hong Kong me semblent bien loin.

En chemin, nous nous arrêtons dans une petite boutique pour boire un thé et manger des *dim sum*, des raviolis à la vapeur. Cette pause est l'occasion pour Andrew de me donner une petite leçon. Il ironise : « Ne crois pas qu'il n'y ait que les aristocrates français qui développent des bonnes manières ! Avec ta façon de tenir tes baguettes, tu vas exaspérer plus d'un Chinois. » Il en profite pour m'expliquer qu'il ne faut jamais pointer les baguettes vers une autre personne, qu'il ne faut pas les planter dans la nourriture. « Plus vous tiendrez vos baguettes écartées, plus vous irez loin de chez vous », dit un proverbe chinois.

Andrew se rend régulièrement à Shenzhen pour organiser des ateliers d'initiation à la dégustation dans un grand hôtel de la ville. « Il faut que le lieu corresponde à l'esprit de mon cours. Je peux dire que j'ai deux types de clientèles. Certains nouveaux riches chinois veulent apprendre à être plus à l'aise avec les étrangers, et il y a aussi des filles qui veulent augmenter leurs chances de trouver un mari. » L'entrée de la Chine dans les relations commerciales et sociales internationales implique donc une domestication des corps. « Pour les Chinois, l'étiquette, c'est l'Angleterre et la France, comme en témoigne le succès de nombreuses émissions et séries telles que *Downton Abbey* à la télévision chinoise. » Ces fictions proposent la représentation d'une Europe d'un autre temps, et Andrew ajoute que certains Chinois, adeptes de ces séries, sont d'ailleurs déçus après leur voyage en France. Leur expérience ne correspond pas à l'imaginaire télévisuel. La France est associée à l'élégance, à la bienséance, tel un exemple à suivre pour s'initier aux arts de la table. Il poursuit : « Généralement, les Chinois mangent à une table ronde avec un plateau tournant où tous les plats sont disposés pour être partagés. Ils peuvent être déstabilisés ou mal à l'aise quand ils doivent choisir un plat individuel et se retrouvent face à face de part et d'autre d'une table rectangulaire ou carrée. Il faut ensuite qu'ils affrontent l'épreuve des couverts et des assiettes, puis la manière de tenir un verre de vin. »

Nous reprenons notre route vers l'hôtel et nous arrivons dans une des salles de conférences aménagée par ses assistants avec des verres de dégustation et des crachoirs. Andrew commence son cours devant un parterre largement féminin. Les jeunes femmes viennent se familiariser avec les goûts des vins étrangers, apprendre à tenir un verre, à sentir et à boire avec délicatesse. Andrew me dira plus tard que la plupart d'entre

elles sont à la recherche d'un mari, d'un partenaire, d'un concubin. Selon lui, optimiser son éducation est une obsession pour elles, certaines prennent des cours d'anglais, d'autres des cours de civilisation, elles savent que leur diplôme ne suffira pas pour s'élever socialement. Elles espèrent, par ces formes d'apprentissage, améliorer leur condition sociale dans une société où l'esprit de compétition est omniprésent.

Depuis quelque temps, on assiste à une multiplication des écoles d'« étiquette » ou des séminaires de formation dans les grandes villes chinoises. En 2017, j'ai eu l'occasion de m'entretenir avec un jeune expatrié français installé à Shanghai, Guillaume Rué de Bernadac. Après un séjour d'études, il a décidé de rester en s'inventant un métier, « *- etiquette coach* ». Il a créé une académie de bonne conduite à Shanghai²³. Le parcours de ce jeune Français est tout à fait étonnant. Il raconte qu'il poursuit ainsi une tradition familiale. Sa grand-mère a vécu au Maroc et son père, précepteur auprès du monarque chérifien, éduquait les enfants de la cour. Il confie : « En arrivant en Chine, je pensais m'adapter rapidement, mais je me suis aperçu que je n'avais pas les codes. » Il s'est rendu compte que certains Chinois n'étaient pas plus au fait des us et coutumes de « l'étranger ». Il s'est mis à proposer des cours d'étiquette pour les hommes et les femmes, mais aussi pour les enfants. « Je forme toutes les personnes qui vont avoir des échanges à l'extérieur du pays, cela peut être un majordome comme un président d'université ou un chef d'entreprise. Ils souhaitent apprendre les règles adéquates. De nombreuses mères de famille nous confient également leurs enfants, car elles souhaitent qu'ils s'intègrent dans la nouvelle réalité mondiale. »

L'étiquette est un long processus d'apprentissage, et la première chose à intégrer, selon lui, est la posture. Il faut se tenir droit. L'académie propose des exercices simples, comme l'exercice du ruban, pour savoir se tenir droit, et celui de la feuille de papier pour manger en gardant les coudes le long du corps.

Guillaume Rué de Bernadac considère que sa clientèle représente une classe sociale montante urbaine, curieuse de faire un pas vers les autres, vers les étrangers. Pour cela, il faut domestiquer son corps, et la dégustation de vin fait partie d'un éventail de nouvelles conduites sociales à acquérir.

23 <https://acdebernadac.com/fr/academie-de-bernadac-2/>

OceanofPDF.com

Les routes du vin

Les Chinois auraient très bien pu rester des buveurs de vins étrangers. Dans les années 2000, ils se lancent pourtant à corps perdu dans la production.

En 2014, je quitte rapidement Pékin pour aller à la rencontre de cette nouvelle Chine viticole en plein essor, en passe de devenir un des tout premiers producteurs au monde puisqu'elle a développé des vignobles sur son immense espace où règne une très grande diversité climatique. Sur les recommandations de Jérôme, ce fin connaisseur de la filière viticole chinoise, je m'intéresse à Dynasty.

Je prends le train pour aller visiter ce domaine qui se situe à une heure au sud-est de Pékin. Je traverse un continuum urbain jusqu'à la gare de Tianjin. Un taxi me dépose ensuite à une bretelle d'autoroute devant une grille en fer forgé, d'où j'entrevois un immense château d'inspiration gothique. J'ai immédiatement une étrange impression. Je suis partagé entre un sentiment de familiarité avec ce paysage à la française et l'incongruité de cet assemblage exotique. L'épais brouillard de pollution dû à la proximité urbaine est déjà étonnant. J'aperçois de part et d'autre du bâtiment d'immenses pylônes électriques. Je m'avance sur le parvis fait de pavés modernes en ciment. J'arrive devant une fontaine circulaire ornée d'une statue de bronze, puis devant une pyramide en verre ressemblant vaguement à celle du Louvre. La place est entourée de petits carrés de pelouse, bizarrement parsemés de tonneaux de vin. Des citoyens foulent cette immense esplanade. J'apprendrai par la suite que de nombreux

Pékinsais aiment venir s'y promener le week-end. Un peu plus loin, je m'approche de jeunes mariés qui se font photographier devant le château et le jardin à la française. J'entame la conversation en anglais avec un jeune couple qui observe également la scène : « Ici, on a l'impression d'être un peu chez vous, de voyager. On s'accorde un moment pour avoir du temps et de l'espace avant de revenir dans notre vie où tout va vite. »

Cette entrée en matière m'a presque fait oublier la question du vin. D'ailleurs, je ne vois pas de vignoble ni d'activités liées à la production vinicole. Aujourd'hui, ce lieu ressemble à un parc-musée proposant de raconter l'histoire de l'implantation du vin en Chine à ses visiteurs. Il incarne une conception industrielle de cette production où l'image, la vitrine compte plus que l'activité.

Je me dirige vers l'entrée du château et participe à une visite guidée en anglais pour découvrir l'édifice. Le hall d'entrée est assez impressionnant, avec une hauteur de plafond de 15 mètres ; il mène à un escalier en marbre où trône une sculpture qui pourrait ressembler à Dionysos. Viennent ensuite différents salons avec des reproductions de tableaux de maîtres (Géricault, Delacroix, etc.) aux murs et des lustres en cristal. Le guide nous explique que ces salles sont disponibles à la location pour des mariages ou des réunions d'entreprise. Le château dispose aussi de chambres d'hôtel. Nous débouchons dans une pièce secrète dont l'accès se fait par un mur coulissant. Et voici le Graal : la lumière diminue et nous découvrons une ancienne bouteille de cognac XO de collection datant du XIX^e siècle. Le tour s'achève dans la boutique du château, où l'on peut acheter aussi bien de grands crus français que des bouteilles de la marque Dynasty. Les prix à l'unité oscillent entre 50 et 150 euros. Il y a même un flacon-bouteille de merlot Dynasty à plus de 1 000 euros. Je ne suis pas surpris d'observer que peu de visiteurs achètent.

Après la visite, où je n'ai pas vu de vignoble, j'ai du mal à comprendre comment cette entreprise peut afficher une production de plusieurs millions de bouteilles. Le guide me renseigne : « Autour du château, il n'y a plus de vignes. C'est la ville qui a gagné et on a tout arraché. Les vignes sont plus loin, à plusieurs dizaines de kilomètres d'ici, voire dans d'autres régions. »

Dynasty est ce que l'on pourrait appeler un vin de marque, et pourtant la provenance du raisin n'apparaît pas comme déterminante. La société possède effectivement des vignobles dans différentes régions de Chine et assemble les raisins qui peuvent provenir de territoires très éloignés. L'acception européenne d'appellation d'origine contrôlée n'a pas véritablement de sens pour cette entreprise qui est un exemple de la pénétration de l'industrie dans l'agriculture et le monde rural.

Quelques jours plus tard, je retrouve Jérôme, qui m'explique : « C'est intéressant pour toi d'avoir découvert ce lieu. Dynasty est un des plus gros producteurs chinois. L'idée d'avoir le château au milieu des vignes est un concept français. Ici, le château est une vitrine, personne ne l'habite, il sert d'hôtel, de salle des fêtes. Ils produisent des millions de bouteilles avec du vin qui peut venir aussi bien du Xinjiang que du Hebei. Il sera probablement mélangé à d'autres vins achetés à Bordeaux ou au Chili et qui arrivent par bateau en vrac. Même si le vin est considéré comme une marchandise de luxe, c'est une approche industrielle et quantitativiste qui domine ici. »

Cette production est en effet le résultat du premier joint-venture viticole franco-chinois venant appliquer au domaine agricole la politique de Deng Xiaoping lancée en 1978. Le premier secrétaire du Parti communiste chinois de l'époque voulait sortir la Chine postmaoïste de l'autarcie. Il a incité les entreprises d'État à créer des partenariats avec des sociétés étrangères pour développer l'économie. La politique de « la porte ouverte » s'adressait à ces dernières quand elles souhaitaient s'implanter sur le sol chinois, dans des zones économiques spéciales qui se trouvaient majoritairement sur les côtes.

Ainsi, en 1979, André Hériard Dubreuil, président des cognacs Rémy Martin, rencontre une délégation officielle chinoise à l'étranger, dont les membres connaissent très bien cette marque et son célèbre flacon XO ; ils boivent volontiers ce cognac grâce à un trafic avec Hong Kong. Les Chinois lui proposent de lancer un joint-venture dans la ville portuaire de Tianjin, avec une coopérative vinicole qui ne produit alors que quelques milliers de bouteilles. L'accord prévoit 62 % pour les autorités locales de Tianjin et 38 % pour l'entreprise française. Cette collaboration va permettre d'organiser des transferts de savoir-faire et de techniques, d'importer des cépages et d'injecter du capital financier pour produire du

vin et du « cognac ». Cependant, elle posera de nombreux problèmes à Rémy Martin, notamment lorsque le personnel français expatrié se rendra compte qu'une partie des raisins récoltés provient de la ferme d'État Tuanhe, soupçonné d'être un *laogai*, un camp de redressement. Après plusieurs années, Rémy Martin décidera de se retirer du projet – la marque Dynasty sera entre-temps devenue le leader du marché, avec plus de 50 millions de bouteilles.

Dès 1996, Deng Xiaoping peut lever son verre rempli de vin chinois. Les bouteilles de la marque Dynasty sont désormais servies dans les banquets officiels du palais de l'Assemblée du Peuple et dans les ambassades chinoises à l'étranger. Lors de cette première phase de développement des joint-ventures, les autorités ont su, dans différents domaines, attirer des capitaux, des savoir-faire et des techniques pour leur ascension fulgurante. L'obsession économique chinoise est de s'inspirer de ce qu'il y a de mieux dans le monde.

Pour le vin, c'est la France, et en particulier Bordeaux, qui devient le modèle à suivre.

Les vins Dynasty sont consommés essentiellement en Chine et ont plutôt la réputation d'être de fabrication industrielle et de mauvaise qualité. Dynasty est désormais une entreprise publique comportant une partie de capitaux privés, avec à sa tête un entrepreneur promu par le système. Bai Zhi Sheng, membre du Parti et proche du gouvernement, est en effet l'un de ces nouveaux milliardaires chinois des années 2000. Sa firme, qui produit 60 millions de bouteilles, est cotée en Bourse à Hong Kong depuis 2008. En 2009, pour les trente ans de l'entreprise, il a fait construire ce château, qui s'inspirerait de la demeure girondine de Montaigne. Ce lieu est devenu l'emblème d'un nouveau vin qui se veut de qualité et d'inspiration bordelaise. C'est plus largement un symbole de la nouvelle Chine de la réussite économique, médiatisée aussi bien dans les tabloïds européens que dans les médias locaux. Ces nouvelles figures sociales sont à la fois hommes d'affaires et membres du système politique chinois.

Jusqu'au début des années 2010, la production de vin était dominée par quatre entreprises de l'agro-industrie qui s'appuyaient sur le modèle du joint-venture pour se développer : Changyu, Greatwall, Dynasty, Dragon Seal. Depuis, Dynasty a connu quelques déboires. En 2017, l'entreprise

sera contrainte de revendre son château et son stock de vins de collection pour rembourser des dettes très importantes sur le marché boursier hongkongais²⁴.

Pour mieux comprendre cette transformation rapide de la Chine, Jérôme me propose de visiter la cave du Beijing Dragon Seal Winery, où il a travaillé plusieurs années lorsqu'il était salarié de Pernod Ricard. Notre voiture traverse l'immense voile de pollution pendant plusieurs heures. Nous nous dirigeons vers le nord-ouest de Pékin ; le trafic routier est dense et désordonné, avec les multiples routes et autoroutes raccordées aux cinq boulevards périphériques qui encerclent la capitale. La longueur du trajet laisse du temps pour la conversation. « Quand je travaillais là-bas, la cave se situait dans les faubourgs de la ville, il y avait des champs et des vignes aux alentours. Aujourd'hui, il n'y a que des tours à plusieurs kilomètres à la ronde et des échangeurs d'autoroutes. Il faut que tu le voies de tes propres yeux pour comprendre concrètement la rapidité avec laquelle la ville progresse. »

Le Dragon Seal Winery est effectivement encerclé par des immeubles. Cet établissement vinicole est devenu une boutique-musée, comme le château de Dynasty, dans un style beaucoup plus sobre. Dans la salle principale, quelques photos rappellent l'histoire de la cave et de l'implantation de la vigne, qui date du XIX^e siècle. Des panneaux évoquent le rôle d'une congrégation catholique dans la construction de ce lieu avant l'expulsion de tous les étrangers. Une statue représente le frère mariste qui aurait été à l'origine de la création du vignoble, aujourd'hui disparu.

Une boutique propose les différentes bouteilles de la marque. Le sous-sol accueille quelques barriques et sert d'entrepôt pour une infime partie de la production. Jérôme m'explique que les vignes se trouvent désormais à plus d'une centaine de kilomètres dans la région du Hebei, où plusieurs entreprises vinicoles se sont installées. Toutes les activités de vinification y ont été transférées.

Dans un coin du chai, je suis attiré par une excentricité que je retrouverai systématiquement dans les multiples domaines visités. J'observe la présence d'une dizaine de box fermés par une grille, où sont conservées quelques bouteilles. Chaque box affiche le nom, la biographie et la photo de son propriétaire. Je demande à Jérôme de m'expliquer cet élément

exotique. Il tente : « Ce sont des personnalités proches de l'entreprise. Chacune possède sa petite cave avec ses bouteilles. La firme expose leur photo et leur fonction pour mettre en évidence ses prestigieuses relations. Tu vois, il y a des membres du Parti, des stars du cinéma, des journalistes, des officiers de police, des généraux de l'armée ou des cadres de l'inspection fiscale. Bref, tout ce qu'il faut pour gérer d'éventuels problèmes. »

C'est un détail qui pourrait être anecdotique, sauf que c'est un indice majeur de la transformation de l'économie chinoise : pas d'entreprise privée sans *guanxi*. Ces box permettent presque de cartographier le réseau d'influence de Dragon Seal.

Nous prenons ensuite la route vers le nord-ouest en direction du Hebei, pour découvrir les vignobles actuels. Cette région, à proximité de Pékin, est réputée pour son ensoleillement, son climat sec et ses sols sablonneux et graveleux. Jérôme y a travaillé plusieurs années et se souvient de la mise en place compliquée de la production : « Quand je suis arrivé, j'ai halluciné de découvrir qu'ils enterraient la vigne l'hiver. » Une grande partie du vignoble chinois se situe en effet dans le nord du pays et doit affronter des climats rigoureux avec des épisodes de gel. Dans le Xinjiang, le Ningxia, la Mongolie-Intérieure et le Hebei, les viticulteurs adoptent cette conduite de la vigne dite « en dragon », qui consiste à incliner et à enterrer les ceps l'hiver afin de les protéger du gel. Cette technique implique une main-d'œuvre colossale. Jérôme se souvient : « J'ai vécu une expérience différente des autres expatriés, car je travaillais avec les paysans chinois. Je me suis retrouvé dans un système collectiviste très différent du système français. »

À cette époque, les joint-ventures n'avaient pas le contrôle de la viticulture. Ils étaient approvisionnés en raisin par des paysans qui avaient un droit d'usage sur un lopin de terre. L'entreprise leur achetait le raisin au kilo.

Nous sortons enfin de la zone urbaine dense pour arriver sur une route moins fréquentée qui traverse une grande plaine agricole. Il n'y a pas de villages, mais des concentrations d'immeubles où vivent les salariés agricoles. Le long de la route, d'immenses parcelles de vignes forment un paysage uniforme et rationalisé à outrance. Nous passons devant une succession de domaines clôturés, entourés de vignobles. Le premier,

Bodegas Langues et ses 200 hectares, se singularise par son bâtiment d'inspiration espagnole. C'est un joint-venture sino-autrichien, réalisé avec le célèbre joaillier Swarovski, qui possède également un domaine en Autriche et en Argentine.

Jérôme poursuit : « Ici, c'est la plaine des joint-ventures viticoles. Je suis arrivé dans un univers où on demandait aux paysans de produire en quantité, le vin était un produit industriel et la vigne devait donner un rendement maximal, l'inverse de ce que j'avais appris ailleurs. Cela a été très compliqué de changer les mentalités, car les paysans, qui s'étaient vu allouer quelques rangées de vignes et qui étaient payés à la quantité de raisin fournie, ne comprenaient pas que, désormais, on leur demande d'entretenir la vigne pour produire moins ! » Jusqu'à la fin des années 2010, les paysans chinois ont gardé un droit d'usage du sol. Chaque paysan s'occupait d'un lopin de terre tout en étant rémunéré par une entreprise publique en fonction de la quantité produite.

Un peu plus loin, nous arrivons au château Greatwall avec son vignoble de plus de 1 000 hectares. C'est en fait la marque de vin de Cofco (China National Cereals, Oil and Foodstuffs Corporation), le géant de l'agro-industrie chinoise qui produit aussi bien du riz que des céréales et autres produits alimentaires.

Nous passons ensuite devant un autre lieu qui a joué un rôle important dans la transmission du savoir-faire viticole : le Domaine expérimental viti-vinicole franco-chinois. Jérôme y a travaillé quelques mois, notamment avec un jeune œnologue chinois, Li Demei, qui entre-temps est devenu un des personnages incontournables de la production du vin en Chine. Ce lieu a permis de réaliser de multiples expériences pour déterminer le choix des cépages, former des spécialistes chinois aux différentes étapes de fabrication du vin. L'État français y a joué un rôle actif. Paris a investi plusieurs millions d'euros pour faciliter l'adaptation de techniques nécessaires à la construction du nouveau vignoble. Depuis, le projet a été abandonné et le domaine a été repris par d'autres investisseurs.

Nous arrivons enfin au domaine de Dragon Seal. L'entreprise n'a pas investi comme les autres dans la construction d'un château ou d'un établissement vinicole à l'architecture contemporaine. Nous visitons une succession de hangars agricoles. Nous découvrons des chais immenses,

avec des dizaines de cuves en inox. Nous passons devant des sacs ressemblant à d'énormes sachets de thé. Jérôme m'explique : « C'est amusant, car en France on cache ce genre de choses. Ce sont en fait des sachets de copeaux de bois, que tu trempe dans les cuves pour donner un goût boisé au vin... Les Chinois en raffolent, car ils ont en tête de copier le vin de Bordeaux, réputé boisé. »

Comme Dynasty, cette entreprise vinicole a développé un vin industriel de marque. Dragon Seal, Dynasty, Greatwall et Changyu, les quatre majors de l'industrie viticole, doivent respecter les objectifs du plan quinquennal étatique et fournir une certaine quantité fixée par le pouvoir central. Cette logique amène l'entreprise à acheter du raisin dans l'ensemble de la Chine, et même à faire venir du vin de l'étranger pour couper le leur. Mais en l'absence d'une législation et d'une culture viticole communes, Jérôme me confirme l'existence de multiples incompréhensions et problèmes. Ainsi, ceux que Pernod Ricard a rencontrés. Il se souvient notamment que les Français avaient trouvé des copies de leur vin Dragon Seal dans des boutiques. Après enquête, il s'est avéré qu'un salarié chinois du joint-venture utilisait la chaîne de production pour faire embouteiller la nuit, avec du vin produit ailleurs. Jérôme m'explique que cette forme de contrefaçon de la production est une pratique assez courante en Chine. Dans ce système, la logique ne consiste pas seulement à remplir le plan dicté par l'État. Les salariés cherchent, à l'intérieur de l'entreprise publique, à s'approprier l'appareil de production à des fins personnelles pour tirer leur épingle du jeu. Pernod Ricard finira par jeter l'éponge, en 2002, en se retirant de ce joint-venture.

L'autre poids lourd de l'industrie viticole est aussi présent dans le Hebei. Le château Changyu Afip Global a été construit en 2008, autour d'un vignoble de 500 hectares. Ce domaine est lui aussi le fruit d'un partenariat international, comme le rappelle son acronyme : Afip pour Amérique, France, Italie, Portugal. En revanche, le bâtiment a bénéficié d'un investissement très important. Car Changyu est l'inventeur d'un nouveau concept : le vin de château (*jiu zhuang*), qui associe la qualité du vin à l'existence d'un château.

Le vin de château prétend incarner le passage à une production de qualité. La principale fonction du bâtiment n'est pas d'accueillir les propriétaires. La propriété privée est une conception inexistante dans la

réalité chinoise, car il n'y a que des locataires. Le château se conçoit comme la vitrine d'une entreprise vinicole censée produire un vin de qualité. Dans cette perspective, le bâtiment est avant tout tourné vers la réception de consommateurs et le développement de l'œnotourisme. Changyu se présente comme une exposition qui cherche à démontrer aux visiteurs chinois comment la culture du vin occidentale peut s'enraciner dans la réalité de leur pays.

La multiplication de ces châteaux vinicoles repose sur le développement d'un œnotourisme, visant à convertir les Chinois à la consommation de vins locaux. Cela se fera grâce à la mise en place d'un storytelling qui raconte l'insertion de la Chine dans une réalité mondiale prestigieuse : la culture du vin. Dynasty, Dragon Seal, Greatwall ou Changyu font partie des acteurs incontournables de l'industrie vinicole chinoise.

Ma première immersion dans le Hebei me laisse une impression étrange. Je pensais découvrir un vaste mouvement désorganisé dans un pays ressemblant à l'Amérique du temps de la ruée vers l'or, avec ses centaines de petits viticulteurs et investisseurs privés en quête de l'or rouge. Je - m'immerge dans une réalité tout à fait différente, où l'emprise de la bureaucratie se fait sentir à chaque visite de domaine. Toutes ces entreprises s'apparentent en effet à des établissements vinicoles industriels qu'on cherche à rationaliser au maximum, et où les institutions de l'État jouent un rôle majeur.

Jérôme me conseille d'aller à la rencontre des Français, qui sont désormais nombreux à travailler dans d'autres régions chinoises où se développe ce concept de vin de château. C'est là que j'entends parler de Gérard Colin, qui participe à l'émergence de ces nouveaux vins de qualité.

²⁴ Natalie Wang, « Dynasty to sell off Tianjin winery facilities », *The Drinks Business*, 28 juin 2017 (<https://www.thedrinksbusiness.com/2017/06/dynasty-to-sell-off-tianjin-winery-facilities/>).

Vignobles Express

À travers cette lente immersion dans la production chinoise, je mesure à quel point un produit agricole est le reflet d'un rapport singulier entre l'être humain, un territoire et un système sociopolitique. La culture du vin n'échappe pas à cette logique. En passant de l'Europe à la Chine, le vin se transforme : sa définition, sa composition, sa fabrication, son goût ne suivent pas un simple processus de production et d'exportation. La définition même du vin en est modifiée.

De nombreux historiens ont souligné l'intérêt d'étudier les vastes transferts agricoles que les êtres humains ont organisés, notamment dans les périodes de colonisation : la consommation du thé chinois en Inde, l'implantation de la canne à sucre par les Portugais au Brésil, l'importation du café d'Afrique ou d'Amérique du Sud par l'Europe, l'exportation de la vigne par les Français vers le Nouveau Monde, etc.

Ces transferts conduisent souvent à la mise en place de grandes exploitations qui provoquent un changement radical dans le rapport de l'être humain à son environnement. La viticulture, dans son expansion moderne, repose dans certains cas sur cette logique de développement d'une monoculture. Le processus conduit à l'affaiblissement ou au déplacement de vastes populations autochtones, qui sont remplacées par des travailleurs venus d'ailleurs (esclaves, immigrants, prisonniers ou déplacés intérieurs), et il s'articule en général avec l'installation d'une population qui n'a aucune relation singulière avec le milieu vivant auquel

elle est confrontée au quotidien. Cette perte conduit à une rationalisation à outrance de la nature, qui est alors simplement considérée comme une ressource à la disposition de l'être humain.

Avant de parler des autres régions viticoles chinoises, prenons un peu de recul historique pour comprendre leur naissance, avant l'apparition de ces établissements vinicoles industriels.

Lors d'un séjour à Pékin en 2012, je rencontre l'œnologue chinois le plus connu, Li Demei. C'est l'occasion de revenir avec lui sur l'histoire de la présence du vin en Chine, qui ne date pas de l'arrivée des joint-ventures. Il m'explique que la traduction du mot « vin » (*putao jiu*) en mandarin mobilise deux termes. La notion de *jiu* sert à classer tout un ensemble de boissons alcooliques fermentées ou distillées à base de fruits ou de céréales. Le mot *putao* désigne le raisin. La conception selon laquelle le vin ne peut être issu que du raisin n'est pas une évidence ; en l'absence d'une culture viticole, l'association entre un raisin et sa région d'origine ne va pas de soi.

Avant son industrialisation, le vin s'est diffusé par l'intermédiaire des différentes routes commerciales qui ont jalonné le vaste espace politique chinois au cours des siècles. Certains historiens chinois cherchent aujourd'hui à établir une origine locale de la culture du vin en s'appuyant sur des fouilles archéologiques qui feraient remonter la présence de vin en Chine à plus de trois mille cinq cents ans. Aujourd'hui, rien ne permet d'affirmer cette implantation primitive, et il n'y a pas eu de continuité historique dans la diffusion de ce produit en Chine. C'est davantage à travers de multiples échanges culturels le long des différentes routes commerciales que la culture du vin y est apparue.

Li Demei tente néanmoins de défendre l'idée d'une implantation ancienne de cette culture du raisin. La légende raconte que le raisin et la boisson fermentée que l'on en tire auraient été apportés sur la table de l'empereur, en 126 avant J.-C., par un général envoyé en Asie centrale. Le vin serait probablement arrivé par l'ouest et la région du Xinjiang. Diverses sources évoquent en effet la consommation de vin le long de la route de la soie. Cette diffusion repose sur les populations persanophones et turcophones qui commercent d'Istanbul jusqu'à Pékin en passant par Ispahan, Samarcande et Tourfan. Celles-ci s'implantent dans ces régions et

cultivent le raisin dans les oasis pour l'utiliser dans l'alimentation tout en produisant un peu de vin artisanal. On lui attribue alors des vertus thérapeutiques, et a sa place dans la pharmacopée. Paradoxalement, la viticulture est aussi liée à la présence d'une population turcophone généralement musulmane dans l'Ouest chinois. La principale population rurale habitant cette région, les Ouïgours, a assuré une continuité dans la culture de la vigne sur pergola pour la production de raisins secs (*kichmich*), élément essentiel de sa cuisine, par exemple pour la préparation de son plat traditionnel, un riz pilaf (*pulao*).

Ailleurs, le vin connaît un autre épisode de diffusion par le développement de nouvelles routes maritimes au sud avec l'implantation de comptoirs coloniaux tout le long des côtes chinoises. Ces voies commerciales correspondent aussi aux différentes tentatives d'évangélisation du continent chinois. En effet, dès le XVII^e siècle, des monastères et des congrégations religieuses s'installent dans les comptoirs commerciaux portugais, d'abord à Macao, puis plus tard à Canton, à Shanghai, à Tsingtao, également dans le Yunnan et même dans la capitale de l'empire, pour y diffuser le christianisme. Certains développent de petits vignobles dont on peut encore trouver les traces aujourd'hui, comme en témoignent le chai de Dragon Seal ou bien la présence d'une production artisanale par la minorité catholique dans le nord du Yunnan.

Ces différentes incursions n'ont pas pour autant provoqué une augmentation massive de la consommation. Elles se sont heurtées à des imaginaires religieux différents, où le vin n'avait pas sa place, notamment pour accéder au divin. Le taoïsme chinois, le chamanisme, le shintoïsme japonais, majoritaire à cette époque, s'appuient sur la plante sacrée qu'est le riz. Depuis, la société chinoise a beaucoup évolué, et, dans un monde largement sécularisé et industrialisé, c'est le *baiju* qui reste l'alcool local le plus consommé, avec la bière.

En 1949, avec l'avènement de la Chine socialiste, le vin est marginalisé. Il est considéré comme un symbole de la présence étrangère, c'est une boisson coloniale, religieuse, imposée par les Anglais ou les Français qui ont organisé le sac du palais d'Été. C'est aussi une boisson cataloguée comme bourgeoise, qu'il faut anéantir dans la nouvelle Chine communiste. Quelques collaborations voient néanmoins le jour avec les frères

communistes roumains et bulgares pour faire du vin une boisson du quotidien, dont il faut industrialiser la fabrication dans des entreprises d'État. La viticulture se déploie alors essentiellement dans quelques régions comme le Hebei, le Xinjiang et surtout le Shandong.

Dans le cadre de l'économie planifiée chinoise, cette nouvelle orientation donnera naissance aux premiers grands groupes qui dominent de nos jours la production vinicole et qui monopolisent largement le secteur. Ces entreprises de l'agro-industrie s'associeront à des partenaires étrangers du monde capitaliste au moment de l'ouverture de la Chine, dans les années 1980. Si la production chinoise est importante, c'est avant tout pour répondre au marché intérieur, où l'on estime déjà que 70 % des vins consommés sont des vins chinois²⁵. Dans tous les secteurs, des joint-ventures associant partenaires chinois et occidentaux inventent l'économie du XXI^e siècle.

Avec la mise en place des joint-ventures, les autorités jouent un rôle de premier plan. Elles ouvrent l'espace économique sans remettre en cause certains piliers de leur conception de l'économie politique. La terre agricole demeure un bien inaliénable et une propriété de l'État, qui en confie la gestion aux autorités locales. Il est impossible d'acheter de la terre en Chine, où l'accès au foncier passe par des baux contractés avec l'État ou les collectivités. Dans ce contexte, les étrangers peuvent participer au développement de la nouvelle économie chinoise uniquement s'ils ont des partenaires locaux pour négocier un bail de droit d'usage sur le foncier. L'économie du vin suit cette logique, et les multinationales du secteur signent des accords avec les grandes entreprises chinoises de l'agro-industrie.

Pour les Chinois, cette forme de coopération a été une stratégie contextuelle visant à acquérir un savoir-faire et à construire une économie qui devait rapidement limiter ses importations. Pour les étrangers, c'était le rêve de conquérir un marché potentiel émergent dans une situation où la consommation en Europe baissait, y compris dans les pays producteurs comme la France, l'Espagne ou l'Italie. Tous ces échanges ont permis l'éclosion des premiers artisans de la nouvelle viticulture chinoise, tel Li

Demei. Depuis, ce dernier est souvent considéré comme le Michel Rolland de la Chine. En 2017, le magazine *Dico du vin* l'a classé parmi les dix œnologues les plus influents dans le monde²⁶.

Son parcours est d'ailleurs intéressant pour mieux comprendre les transformations de la viticulture en Chine. Dans les années 1990, il fait des études d'horticulture et d'agriculture à l'université agricole du Nord-Ouest, à Yangling (province du Shaanxi). Il se forme notamment auprès du professeur Li Hua, qui a obtenu un doctorat à l'université de Bordeaux en 1985 et qui passe aujourd'hui pour le fondateur de la viticulture chinoise moderne. Il est ensuite envoyé en Floride pour achever sa formation en horticulture. C'est à cette occasion qu'il découvre le vin et décide de poursuivre ses études en France. Il prépare un diplôme d'œnologie à Bordeaux Sciences Agro et effectue un stage sur le domaine de Château Palmer, à Margaux. À son retour, il parle anglais et français, il a accumulé de multiples connaissances en viticulture et en viniculture, ce qui lui permet de devenir un personnage incontournable dans ces domaines en Chine.

Li Demei est désormais fonctionnaire de son gouvernement et s'occupe du développement de la viticulture. Il enseigne à l'université d'agriculture de Pékin, tout en étant le vice-secrétaire du Comité de l'industrie des boissons alcooliques. Il conseille par ailleurs différents établissements vinicoles étatiques, notamment l'entreprise Zhongfei dans le Xinjiang ou Lang Xin Que dans le Ningxia. Li Demei m'explique que la première phase d'industrialisation du vin en Chine est révolue : « Mon objectif est de contribuer à l'amélioration de la qualité des vins chinois et de sortir de la logique quantitativiste pour faire des vins de qualité ».

Les grands groupes de l'industrie de l'alcool, français ou étrangers, y ont contribué par le biais de leurs joint-ventures (Pernod Ricard, Rémy Martin), avec des résultats plus ou moins mitigés, avant de se retirer.

Une autre étape est intervenue à partir des années 2000, qui a vu la qualité des vins s'améliorer. Pernod Ricard est resté en Chine, mais a décidé de s'implanter dans le Ningxia avec son domaine Helan Mountain, où l'entreprise française a pu cette être actionnaire majoritaire. Elle a obtenu également un droit d'usage sur le sol sans dépendre des paysans viticulteurs, ce qui lui a permis d'avoir le contrôle de la viticulture.

En 1980, la Chine était à la tête d'un vignoble de quelques milliers d'hectares. En 1996, sa superficie atteignait 162 000 hectares. et plus de 780 000 hectares en 2019, selon l'OIV²⁷. En très peu de temps, elle a construit l'un des plus grands vignobles du monde, susceptible de devenir le premier. L'essor spectaculaire de la production vinicole s'explique par un volontarisme politique affiché de la part de Pékin. Les autorités centrales et locales ont encouragé massivement différents acteurs économiques à accroître la superficie du vignoble.

²⁵ Voir le rapport de Vinexpo 2012.

²⁶ « Les 10 plus grands œnologues-consultants du monde (*World flying winemakers*) » (<https://dico-du-vin.com/les-10-plus-grands-oenologues-consultants-du-monde-world-flying-winemakers/>).

²⁷ Organisation internationale du vin :
<https://www.oiv.int/fr/statistiques/?year=2019&countryCode=CHN>

[OceanofPDF.com](https://oceanofpdf.com)

Yantai Changyu International Wine City

Je me rends à quelque 200 kilomètres de Pékin pour séjourner plusieurs semaines dans le Shandong. Cette région maritime se situe dans l'est du pays, au bord de la mer Jaune. Elle est considérée dans l'imaginaire chinois comme le verger du pays, avec un climat océanique propice à l'agriculture. Elle fait face à la Corée et au Japon et abrite un paysage vallonné aux sols sablonneux et calcaires. Les amateurs de vin la comparent volontiers à la région bordelaise, en rappelant qu'elle se situe à la même latitude. Lors du voyage en train à grande vitesse, nous traversons pendant de longues minutes, à proximité de la ville de Shouguang, une immense mer de plastique formée par plus de 20 000 hectares de serres dédiées à la production intensive de tomates. Il n'y a plus de villages, et les salariés vivent désormais dans les grands ensembles des villes qui entourent ce cluster agricole.

C'est d'ailleurs dans cette région que la première entreprise vinicole, Changyu, s'est développée au cours du XIX^e siècle. Le Shandong a été en contact étroit avec l'extérieur avant 1949 par l'intermédiaire d'une présence britannique, allemande et japonaise. À cette époque, les Anglais ont ouvert un comptoir dans la ville de Weihai, de même que les Allemands. De nos jours, cette ville moyenne de 2 millions d'habitants garde quelques vestiges de la présence allemande à travers des bâtiments historiques d'inspiration bavaroise, la bière Tsingtao, mondialement connue, et un vin blanc portant le même nom.

J'arrive à Yantai, où vient me récupérer l'œnologue français Gérard Colin, avec qui je vais passer plusieurs semaines. Pendant notre trajet en voiture, Gérard m'explique que cette ville est considérée comme le berceau du vin chinois. Elle a été choisie par les autorités chinoises pour relancer l'économie vinicole. Elle s'est appuyée sur l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV), qui lui a décerné un prix en 1987. En 1988, le Shandong est devenu une zone économique ouverte, ce qui a permis l'arrivée d'investisseurs étrangers et le développement des activités portuaires vers l'extérieur. Ce territoire agricole a depuis connu un développement spectaculaire de son tissu urbain et un recul des activités liées à la terre.

Nous empruntons une large autoroute qui traverse un continuum urbain sensiblement identique à celui de Pékin. De nombreuses grues longent les voies, signe de l'achèvement de la construction de nouveaux immeubles d'habitation.

Aujourd'hui, le Shandong s'impose comme une région touristique de bord de mer, où les citadins se rendent le week-end pour profiter du bon air et déguster les spécialités culinaires locales. Certains y vont aussi pour visiter Zou, la ville natale de Confucius, et le mont Taishan, l'une des cinq collines sacrées du taoïsme.

Le lendemain, je commence par visiter l'ancien siège social de Changyu, qui est désormais un musée consacré à son histoire. La visite évoque en particulier Zheng Bishi. Cet homme d'affaires chinois d'origine birmane s'est installé dans le Shandong, où il a développé Changyu avec l'aide de spécialistes européens, notamment autrichiens. De vieilles affiches mettent en valeur la distinction historique d'un des vins de l'entreprise. Changyu a été récompensé à l'échelle mondiale à l'occasion de l'Exposition universelle de 1915 à Panama. Sinon, presque rien n'est dit sur la faillite de l'entreprise dans les années 1930. On apprend que l'activité n'a repris qu'après l'instauration de la République populaire de Chine.

La visite se poursuit par la découverte d'une cave voûtée de plus de 2 000 mètres carrés, où demeurent quelques tonneaux énormes qui ne sont visiblement plus utilisés. Je parle ensuite avec l'administrateur du musée, qui me conseille d'aller voir le nouveau domaine pour rencontrer les responsables de la production vinicole.

Historiquement, l'entreprise Yantai Changyu Pioneer Wine Co (Changyu en abrégé) appartenait à la municipalité de Yantai. Dans les années 2000, elle aussi s'est lancée dans le processus de privatisation et d'internationalisation en se faisant coter à la Bourse de Shenzhen. Elle affiche désormais un chiffre d'affaires de plus de 5 milliards de yuans²⁸. Dirigée par Zhou Hongjiang, qui est également député à l'Assemblée nationale populaire, elle contrôle l'exploitation d'un vignoble de plus de 20 000 hectares répartis dans les grandes régions viticoles. Depuis les années 2010, l'entreprise poursuit son expansion à l'étranger : elle a fait l'acquisition de domaines dans la plupart des grandes régions viticoles du monde, au Chili, en Australie, en France, en Espagne ou en Italie. Face à la pression urbaine et au développement économique des années 1990, elle a été contrainte de déménager et d'abandonner les premières vignes autour du bâtiment viticole, désormais transformé en musée. Changyu a bâti un nouvel établissement vinicole dans les faubourgs de la ville pour incarner ses vins de château (*jiu zhuang*). En 2001, la firme, désormais associée au groupe bordelais Castel Frères, a fait construire le château Changyu Castel par l'architecte français Marcel Mirande, qui s'est inspiré d'un domaine viticole de la Loire.

Castel est un poids lourd, considéré comme la plus grande entreprise vinicole d'Europe, avec des vignobles en France, au Maroc, en Tunisie et en Éthiopie. Castel SAS est surtout connu comme un distributeur majeur de vins en France, avec son célèbre réseau de magasins Nicolas. La société est également fortement implantée en Afrique pour la fabrication et la distribution de bières. Elle est devenue un géant de l'industrie de l'alcool en développant des partenariats à l'étranger. Elle est par exemple associée au japonais Suntory, spécialisé dans le whisky, et s'est offert avec Changyu l'opportunité de conquérir le marché chinois. Les Chinois espèrent profiter de son savoir-faire, et Castel souhaite distribuer plus facilement ses vins sur le territoire asiatique.

Le domaine est entouré d'un vignoble de 135 hectares qui était, il y a encore peu de temps, un champ de céréales. La production s'effectue dans des bâtiments éloignés, non accessibles aux visiteurs. Gérard Colin me présente un responsable chinois parlant anglais. Notre discussion tourne autour des joint-ventures. Le responsable souligne une différence de taille

par rapport à la première expérience de Dynasty. Dans les années 1980, les paysans chinois bénéficiaient d'un droit d'usage de la terre et les établissements vinicoles n'avaient pas le contrôle de la production. Les nouveaux joint-ventures des années 2000 s'inscrivent dans une politique générale de décollectivisation de la terre. L'État a attribué aux autorités locales le pouvoir de donner directement un droit d'usage à des entreprises. Gérard m'explique : « Les terres des paysans ont été expropriées. Les autorités locales ont indemnisé les paysans pour contrôler le foncier, puis ont cédé celui-ci à prix d'or sous forme de bail à des étrangers avec des dessous-de-table très importants. Il y a eu beaucoup de troubles en Chine à cause de ce genre d'opérations. »

Certains sont désormais salariés de l'entreprise, d'autres ont abandonné leur activité agricole et ont été remplacés par des migrants venus d'autres régions plus pauvres du centre de la Chine.

Nous quittons ce nouveau domaine viticole clôturé, qui se compose d'un château à la française destiné à accueillir de nouvelles activités œnotouristiques et d'un vignoble de plusieurs centaines d'hectares. Cette configuration et ce type d'entreprise permettent à l'État de domestiquer aussi bien la nature que les activités humaines. L'établissement d'un grand vignoble facilite la mise en place d'un cadastre et la levée de l'impôt. La disparition des milliers de petits paysans qui ont perdu le droit d'usage sur leur lopin de terre favorise en outre la création d'un salariat et limite les possibilités de revendications sociales. Cette conception inédite du vignoble répond aussi au besoin d'accueil des nouveaux consommateurs chinois venant visiter le domaine. Le bâtiment de Changyu Castel a été conçu avant tout dans une logique de parc œnotouristique, comme je l'ai déjà entrevu dans le Hebei. Les autorités chinoises soutiennent et subventionnent ces lieux qui sont des formes de parcs de loisirs où s'élabore une vision bien particulière du vin. Changyu Castel et les multiples châteaux qui sortent de terre dans la nouvelle Chine vinicole font partie d'un projet politique beaucoup plus vaste, qui prétend imposer des clusters incontournables de vin en Chine.

Dans le Shandong, cette ambition s'est récemment concrétisée par un projet gigantesque : la Yantai Changyu International Wine City²⁹, dont l'objectif est à la fois de convertir les Chinois à la consommation de vin et

de montrer la capacité du pays à devenir un acteur majeur de l'économie mondiale du vin.

Quelques semaines plus tard, j'ai l'occasion de visiter, en compagnie de Gérard Colin, le chantier colossal de ce parc vinicole qui s'étend sur plus de 6 000 hectares et représente plus de 6 milliards de yuans d'investissement. La visite est relativement rapide, car le chantier vient de débuter. Une salle permet néanmoins de découvrir une maquette, et la projection d'un film d'animation de douze minutes propose de prendre connaissance du projet. L'ambition n'est plus seulement d'attirer des partenaires étrangers, mais de montrer que la Chine fait partie des acteurs majeurs du monde vinicole. Le film met en valeur la capacité chinoise de faire appel à la créativité et à l'innovation pour construire ce vaste complexe organisé autour de sept bâtiments. On y découvre d'abord le Wine Research Institute, dont la forme architecturale d'une tour de dix-neuf étages s'inspire d'une flûte à champagne. On peut découvrir toute la vision scientifique du vin des Chinois à travers une mise en scène d'hommes et de femmes en blouse blanche se concentrant sur des éprouvettes dans un laboratoire ultramoderne. Ils évoluent dans un environnement high-tech, et la voix off précise que cette tour sera dédiée à la recherche vini-viticole en faisant appel à toute l'innovation technologique et biologique permettant d'améliorer les rendements et la qualité du vin. Le film permet d'imaginer et de découvrir ensuite par voie aérienne le futur Wine Production Centre. Ce vaste hangar, dont le toit reprend la forme de barriques, s'étendra sur plus de 22 000 mètres carrés, avec des espaces dédiés à la vinification ultramoderne, à l'assemblage, à l'embouteillage. La voix off précise que sa capacité sera de plus 25 000 bouteilles à l'heure et qu'un espace de stockage de 27 000 mètres carrés fera de ce centre « la plus grande cave du monde ». Le film montre ensuite un espace logistique extrêmement sophistiqué et robotisé pour expédier au plus vite dans le monde entier les vins produits.

Il se poursuit par le survol d'un vignoble orné d'un château aux allures gothiques. C'est le château Tinlot, d'après le nom du français Robert Tinlot, ancien président de l'OIV. Président d'honneur de la société

Changyu, il a accepté de donner son nom à ce futur site. « Le château Tinlot incarnera la qualité à la française, avec son vignoble de 800 hectares pour produire uniquement du vin biologique », précise la voix off.

Puis la visite aérienne du domaine nous transporte vers un autre vignoble de 300 hectares, constitué cette fois d'un cépage uni blanc, nécessaire à la fabrication du cognac. Le château Koyac Brandy, construit dans un style médiéval, produit du « brandy à la française », pour ne pas dire du cognac. Le film évoque l'utilisation de la technologie hexagonale et montre une unité de production composée de vieux alambics achetés dans les campagnes françaises. Ce nouveau brandy complétera la gamme de la société Changyu, désormais propriétaire à Fronsac d'une marque de cognac.

Le film nous emmène ensuite à la découverte du Pioneer International Wine Trading Centre, un vaste complexe doté d'espaces de dégustation sur plus de 8 000 mètres carrés, qui accueillera les futurs salons et salles de ventes aux enchères. L'objectif de cette construction est de permettre à la ville de Yantai d'accueillir « un des plus grands salons des vins au monde ».

Enfin, ce parc à thème viticole aura même son village, le Hainan Wine Village, s'étendant sur 300 hectares. La caméra se promène dans des rues piétonnes pavées où l'on voit des promeneurs découvrir des petits commerces, un hôtel cinq étoiles avec son spa, un théâtre, une fausse église et des salles de mariage. Le film s'achève en affichant la volonté de « créer un festival du vin à Yantai recevant plus d'un million de touristes par an ».

Ce projet est l'incarnation du principe de cluster économique que cherchent à créer dans tous les domaines les autorités chinoises. La concentration d'entreprises spécialisées dans un secteur d'activité serait un moyen pour leur économie de devenir la plus performante. D'ailleurs, notre accompagnateur en rajoute et souligne, non sans fierté, que l'objectif principal est que l'entreprise Changyu devienne « un des leaders mondiaux dans l'industrie du vin ».

Changyu n'est plus seulement une firme locale du Shandong. Depuis les années 2010, elle a décliné son concept de châteaux viticoles dans d'autres régions chinoises, avec chaque fois un partenariat étranger différent au Shanxi, au Ningxia, au Xinjiang, et dans le monde.

La construction de ce projet gigantesque est aussi l'incarnation d'une vision rationalisée : le vin sert à penser une vie sociale sous contrôle et une nature domestiquée. La nouvelle société du spectacle est tournée vers le divertissement et attend son flot de visiteurs chinois venus d'un monde urbain et à la recherche de lieux de détente. Le gigantesque parc d'attractions permettra de faire ressentir l'atmosphère européenne en se promenant dans des rues piétonnes bordés de cafés et de restaurants tout en restant en Chine.

Cette visite au cœur du nouveau paysage viticole ne peut laisser qu'un goût étrange quand on songe aux petits villages européens qui ont construit patiemment au cours des derniers siècles des paysages viticoles, composés de parcelles inégales séparées par des murs de pierres et renvoyant à des histoires familiales. Ce projet incarne l'extrême rationalisation de la nature et de la vie économique par un État et des autorités locales qui y jouent un rôle de premier plan. Dans ce storytelling sur le vin, le discours mobilise des héros locaux et étrangers, souvent français. Des chiffres, des prévisions et des classements élogieux viennent souligner la future domination chinoise. Tout un discours sur l'avenir occupe une place prépondérante dans ce nouvel imaginaire chinois qui souhaite désormais conquérir le monde. Nous sommes loin d'histoires d'hommes et de femmes bâtissant un univers collectif transmis de génération en génération, au gré des héritages et des conflits familiaux.

En quelques semaines, je viens de visiter de nouveaux « châteaux-musées-hôtels » où la manière de consommer et de produire du vin permet de comprendre comment les autorités chinoises utilisent celui-ci pour exploiter la nature, mais aussi domestiquer les esprits et les corps. Ces territoires viticoles incarnent une volonté de contrôle social omniprésent et absolu aussi bien sur les humains que sur le monde naturel.

28 « Castel en Chine, le casse-tête chinois » (<https://dico-du-vin.com/castel-en-chine-le-casse-tete-chinois/>).

29 « Yantai Changyu International Wine City », *China Daily*, 29 juin 2019 (http://www.chinadaily.com.cn/m/shandong/yantai/2019-06/29/content_37486246.htm).

OceanofPDF.com

Long Dai Lafite

Après ce bref passage dans la capitale régionale du Shandong, nous empruntons avec Gérard la route nationale pour nous diriger vers le nord-est et la vallée de Qiu Shan. Après quelques dizaines de kilomètres, nous traversons une mer de vignes. Gérard me souhaite la bienvenue dans la Navai Valley, comme on dit ici, en référence à la célèbre région viticole californienne, la Napa Valley. Il s’amuse des multiples projets qui fleurissent au sein du principal cluster viticole autour de Yantai. Il se perd dans les chiffres et les surfaces et me confie que la plupart des domaines font souvent plusieurs centaines d’hectares. Il exprime à la fois sa fascination pour la vitesse avec laquelle les Chinois construisent leur cluster et son scepticisme quant à leur capacité à produire des vins de qualité, que les Chinois surnomment des « vins de château ».

Selon lui, les différentes entreprises viticoles que j’ai visitées représentent les formes les plus industrielles, produisant du quantitatif tout en utilisant des logiques marketing insistant sur la qualité. C’est un autre projet qui le conduit dans la vallée de Qiu Shan. Il est employé depuis 2008 par la fameuse entreprise française Domaines Barons de Rothschild (DBR)³⁰ pour contribuer à faire émerger en Chine des vins de qualité.

Gérard est installé dans le village de Mulangou pour y achever la construction du vignoble de DBR, qui occupera une superficie modeste de 25 hectares. Après Bordeaux, le Languedoc, le Chili, le Portugal et l’Argentine, le propriétaire du légendaire château Lafite, à Pauillac, près

de Bordeaux, a en effet décidé de s'implanter en Chine, où sa célèbre marque aux cinq flèches jouit d'un prestige retentissant. « Quand tu parles de vin en Chine, la plupart des gens s'exclament *lafei, lafei...* c'est-à-dire "Lafite". Ce vin est devenu une légende grâce à certains films et s'est imposé dans les années 2000 comme un cadeau très prestigieux dans le business et les relations avec les bureaucrates. »

L'entreprise DBR a tiré les leçons des déboires de Rémy Martin et de Pernod Ricard en Chine, et le développement de son projet s'appuie sur la constitution d'un joint-venture dans lequel le groupe français est majoritaire. Le partenaire local n'est pas un spécialiste de la viticulture, mais il lui assure une protection politique idéale. Le China International Trust and Investment Corporation (Citic) n'est en effet pas un partenaire comme les autres : il s'agit d'un acteur public majeur de la finance chinoise, qui su attirer de nombreux investissements étrangers. Il est contrôlé par le ministère des Finances, tout en ayant une partie de ses activités à Hong Kong par le biais de sa filiale Citic Pacific.

Gérard m'explique : « Tu ne peux pas t'engager en Chine comme cela. Il faut un partenaire qui t'ouvre toutes les portes. Citic était idéal, car il a accepté de participer à hauteur seulement de 30 % et de nous laisser faire. Tu as pu constater que les joint-ventures avec les géants de l'industrie viticole chinoise, c'est plus corsé. Mais je ne te cache pas que, même avec un partenaire comme Citic, tout a été compliqué avant d'arriver à construire ce vignoble. On est loin de Pékin, et les pouvoirs locaux ont une capacité d'inertie assez élevée. »

Pour le groupe français, l'enjeu de ce partenariat va certainement bien au-delà du développement économique d'un vin chinois de qualité. On peut penser que la famille Rothschild a accepté de transférer le prestige de sa marque Lafite sur le sol asiatique en s'associant avec un géant de la finance pour faciliter des collaborations et développer des relations privilégiées dans les domaines de la banque et de la finance, en Chine et dans le monde.

Nous arrivons à Mulangou par une voie en cours d'achèvement. Gérard a été séduit par ce village qui, lorsqu'il l'a découvert, était encore protégé de la croissance urbaine par son accès difficile. Il lui rappelait l'ambiance des années 1960 à Saint-Émilion, où il vivait. « Comme à Saint-Émilion, il

y avait des paysans en polyculture. Au château Teyssier, dans notre domaine familial, nous faisons du vin, mais nous avons aussi des vaches et d'autres cultures. Quand je suis arrivé ici, on pouvait encore croiser le vieux chevrier, trouver quelques lopins de terre produisant des fruits et des légumes, mais cette réalité est bientôt terminée... Si Saint-Émilion a complètement changé en quarante ans, pour devenir un village touristique entouré d'une monoculture viticole, ici c'est en quatre ans que tout a été modifié, pour faire place à la nouvelle monoculture viticole et à l'œnotourisme. C'est très brutal. »

De nombreux travaux sont en cours dans le village. Lorsque Gérard s'y est installé, l'exode rural avait largement commencé. La moitié des maisons avaient déjà été désertées par les jeunes, ceux-ci préférant aller chercher un emploi dans les villes environnantes et grossir les rangs des migrants illégaux travaillant essentiellement dans le secteur de la construction – en effet, les citoyens chinois ne peuvent pas librement choisir leur résidence ; ils disposent d'un passeport intérieur (*hoku*) attestant leur lieu de résidence. « C'est presque le seul village du coin qui a gardé ses petites maisons et ses ruelles. J'ai convaincu les autorités de ne pas les raser et de les laisser dans leur jus pour développer l'œnotourisme chez l'habitant. »

Au coin des rues, de grands panneaux mettent en valeur des slogans du Parti vantant la transformation du pays. Différents chantiers annoncent l'apparition imminente de nouveaux domaines viticoles : ici un investisseur hongkongais, plus loin un investisseur venu de Singapour.

Nous arrivons dans la maison de Gérard, qui se trouve au cœur du village où il a posé ses valises après quinze ans passés en Chine et de multiples expériences dans tout le pays.

Le vignoble s'étend à proximité. Le chai est en cours d'achèvement et se distingue par sa modernité et sa sobriété, à côté du clinquant des différents châteaux que j'ai pu visiter jusqu'à présent. DBR n'a pas souhaité construire un édifice à la française, mais plutôt s'inspirer de l'architecture de la pagode. C'est en 2006 que Christophe Salin, le directeur général de DBR, a choisi de confier à Gérard la transformation de ce lieu. Après plusieurs années de prospection et divers repérages, l'équipe a décidé d'exploiter des coteaux à proximité d'une colline et d'une réserve d'eau. La société DBR a organisé une division du travail très spécifique,

articulant des équipes locales avec des spécialistes qui circulent dans les différents lieux de production en fonction des saisons et des aléas. Gérard s'en amuse : « Quand j'ai commencé dans le vin, on faisait un peu tout sur la propriété. Je me lasse de cette division du travail, ici, avec nos spécialistes qui débarquent quelques semaines pour nous faire avaler des normes et des objectifs pondus ailleurs. Notre objectif est de faire du qualitatif, mais tout le process est industriel. Il ne faut pas confondre : "qualitatif" ne signifie pas que nous ne sommes pas dans l'industrie, c'est une industrie du luxe, avec une division du travail et du capital à une échelle internationale. »

Le village vit désormais au rythme de la viticulture, plusieurs entreprises aux investissements internationaux y sont installées.

J'aperçois sur les contreforts d'une colline un château surplombant un vignoble. Le Treaty Port Vineyards, m'explique Gérard, appartient à un homme d'affaires britannique qui s'est inspiré d'une demeure écossaise pour le construire. C'est d'ailleurs en le conseillant pendant trois ans que son aventure dans la vallée de Qiu Shan a commencé : Chris Ruffle, diplômé d'Oxford en civilisation chinoise, faisait du commerce avec la Chine depuis 1983 et résidait alors à Pékin ; il a décidé de faire appel à Gérard au début des années 2000 pour construire son vignoble.

Gérard Colin évoque les difficultés rencontrées pour mener à bien ce projet et se souvient en particulier des négociations permanentes avec les paysans. Dans son livre autobiographique, Chris Ruffle revient sur son expérience concernant l'usage du sol et en déduit que la notion de contrat dans la Chine socialiste demeure bien différente de celle qui prévaut dans l'univers occidental, où règne la propriété privée. Il évoque sa lassitude de devoir entretenir des relations avec des intermédiaires qui peuvent remettre en cause un accord à tout moment : « C'est un travail harassant qui fait que j'ai une admiration grandissante pour les gens qui font du business en Chine. »

À partir de 2008, Gérard entreprend la construction du vignoble de DBR, après des négociations complexes avec les autorités locales et les paysans. Le domaine franco-chinois obtient finalement un bail de quarante-neuf ans sur la terre. Les anciens vergers deviennent des parcelles viticoles, qui sont transformées en deux cents terrasses entourées de 9 kilomètres de murets sur plusieurs collines autour du village. Gérard Colin se souvient : « Partir

de zéro est une expérience compliquée. Nous avons dû faire venir aussi bien le matériel végétal que tout ce qu'il faut pour mener la vigne et assurer ensuite la vinification. J'ai eu la chance d'avoir à mes côtés un Chinois parlant français qui a démêlé toutes les tracasseries administratives. Sans lui, rien n'aurait été possible. Il m'a appris à négocier avec les responsables locaux, avec qui j'ai beaucoup discuté, mangé et bu. »

Il présente son arrivée en Chine comme un concours de circonstances : « Je suis arrivé en Chine totalement par hasard. Je ne connaissais pas du tout. Des Chinois m'ont contacté par Internet pour des conseils. Finalement, j'ai débarqué à la fin des années 1990, car j'étais aussi lassé de l'ambiance en France et à Bordeaux. Pour moi, l'horizon s'ouvrait à nouveau. J'aime être au cœur d'un projet et me sentir utile. »

Gérard quitte Bordeaux en 1997, devient *flying winemaker* et commence par un projet ne correspondant pas vraiment à ses valeurs : il est sollicité pour monter une unité de production qui fabrique du vin à partir de concentré de jus de raisin importé, une pratique interdite en France mais courante au Canada ou en Australie. Son client de l'époque, installé à Hong Kong, souhaitait faire avant tout un produit marketé et s'assurer de gros bénéfices sur un jeune marché en profitant de l'ignorance des consommateurs. Gérard me confie : « J'ai arrêté quand je me suis aperçu qu'il voulait faire une boisson industrielle dans laquelle il y avait un peu de jus de raisin et beaucoup d'additifs, de colorants et d'arômes artificiels. » En ce temps-là, la législation sur le vin était floue, voire inexistante. « Il respectait les règles puisque, à l'époque, la loi disait qu'il fallait qu'il y ait 50 % de raisins pour appeler cela du vin. » Cet homme d'affaires misait sur l'image et le marketing de la marchandise.

Gérard se remémore ses premières expériences : « La plupart du temps, les barriques que tu as vues, les cuves ou les alambics exposés dans les chais sont en fait inutilisables. Les entreprises mettent en avant l'image. Elles achètent du vin ailleurs et mettent en bouteilles en Chine. C'est très fréquent de voir cette forme de propagande sur leur site Internet, où les photos exposées du matériel mis en valeur ne correspondent pas à la réalité de l'organisation de la production. »

Les plaquettes de présentation ou les sites Web de ces différents domaines s'appuient sur la construction d'un imaginaire mélangeant des références à l'artisanat viticole et la mise en avant des nouvelles technologies de l'économie chinoise. Gérard a lui-même été victime d'une utilisation abusive de sa propre image et s'amuse de quelques situations cocasses : « Je me suis souvent retrouvé sur des plaquettes ou des publicités vantant des établissements vinicoles dans lesquels je n'avais jamais mis les pieds... Et toutes les entreprises pour lesquelles j'ai travaillé m'ont d'abord utilisé comme une sorte de caution. Le Français de service, spécialiste du vin, venant de Bordeaux. »

Ce procédé est fréquent dans l'industrie agro-alimentaire. Gérard me raconte une autre de ses expériences dans la région du Hebei. Son employeur souhaitait produire très vite une grande quantité de vin (20 millions de bouteilles). Lorsqu'il est arrivé, Gérard a découvert un domaine avec un chai monumental et une cuverie en inox flambant neuve, une cave de vinification avec des tonneaux, une salle d'embouteillage, un entrepôt de stockage, un laboratoire d'analyses, des salles de réunion, des bureaux, un réfectoire pour le personnel, une salle de réception, une résidence avec vingt chambres, mais pas de raisin et un vignoble exsangue ne produisant quasiment rien. Pour satisfaire son patron, Gérard a dû importer 10 000 hectolitres de vin en vrac auprès d'un négociant du Midi, ce qui lui a permis de présenter plus d'un million de bouteilles au nom du domaine. Cet homme d'affaires a construit la notoriété de son vin en engageant une actrice chinoise très connue pour en faire la promotion.

Le projet de Rothschild était une opération bien différente, car il devait mettre en place un appareil de production viticole et vinicole de qualité et former le personnel local au travail de la vigne, mais aussi à la fabrication du vin.

Gérard m'emmène à travers les vignes : « Nous avons sculpté la colline pour créer un paysage viticole de A à Z. Cela a été une expérience fabuleuse. Nous avons édifié des murs en pierres sèches, des terrasses, pour reprendre la logique de celles qui existaient ici dans l'arboriculture. Cela a été un travail titanesque pour obtenir ce résultat. L'objectif était de construire d'abord 25 hectares, et peut être 25 supplémentaires si tout se passait bien. »

Avant, cet espace rural était composé de petits vergers et de garrigue, et chaque famille du village disposait d'un lopin de terre. Beaucoup de paysans ont cédé leur terrain aux nouvelles entreprises vinicoles et sont partis s'installer dans les villes environnantes pour travailler dans le bâtiment. L'espace sauvage sur les contreforts de la colline a reculé au profit de la vigne. Gérard s'interroge sur son intervention. « Citic et Lafite ont finalement spolié les petits paysans. On les a forcés à céder leur terre à notre entreprise, et je ne suis pas sûr que cela soit pour leur propre bonheur. » Aujourd'hui, le vignoble ressemble à s'y méprendre aux terrasses de la vallée du Rhône.

Nous évoquons l'emplacement du vignoble. Il me confie certains des impairs qu'il a commis au début. Lorsqu'il a entrepris les travaux, les bulldozers qui façonnaient la colline ont découvert des tombes. Cet épisode a provoqué des conflits avec les habitants. « Là où il y a des tombes, il y a un bon territoire viticole en Chine », s'exclame Gérard. Selon le feng shui, un mort doit avoir les pieds au sec et au soleil, comme un pied de vigne.

Un autre jour, nous cheminons jusqu'à un bâtiment situé sur les contreforts de la colline. Nous arrivons devant un temple taoïste, construit en 2012, qui héberge la tombe de Qiu Shan, un saint local. Gérard m'explique qu'au mois de février il y a un pèlerinage très fréquenté durant lequel plusieurs milliers de personnes viennent faire des offrandes. Même si le régime communiste cherche à édifier une société rejetant toute croyance ancestrale, le Français observe un renouveau religieux parmi la population. Il pense même que la présence du vignoble pourrait protéger cet espace naturel, désormais largement domestiqué, de la progression de l'urbanisation.

En nous promenant sur les hauteurs du village, nous faisons face au lac qui irrigue la plaine agricole. Un épais brouillard surplombe la vallée. Compte tenu de l'influence maritime et de l'humidité, j'y vois un phénomène naturel, mais Gérard me dit qu'il s'agit plutôt d'un nuage de pollution venant des villes voisines. L'urbanisation progresse, et il se demande si le village ne finira pas bientôt par être englouti.

Finalement, Gérard garde un sentiment ambivalent de son expérience dans le village, conscient d'avoir participé à la transformation radicale de sa vie sociale.

Un matin, nous nous rendons sur le petit marché de Mulangou ; deux ou trois étals proposent quelques fruits et légumes. Nous nous asseyons sur un muret pour fumer une cigarette. Une ancienne du village s'approche et reconnaît Gérard. Elle commence à psalmodier : « Grâce au gouvernement, notre village a beaucoup changé. Nous avons le gaz et l'électricité. Les habitants ont des vêtements neufs. De nombreux touristes viennent et aiment nos plats. Ils viennent voir nos sources sacrées et notre temple. Au sud, les étrangers plantent plein de vignes et construisent de grandes tours. Ô dieu de la Terre, que tu es bon, protège-nous, protège la santé des villageois et offre-leur la prospérité ! »

Sur le chemin du retour, Gérard, ému par cet épisode, éprouve des sentiments contradictoires : « C'est beau d'avoir construit ce vignoble... Je suis fier d'avoir domestiqué la nature, mais d'un autre côté, on l'a modifiée sans leur consentement, sans que cela soit vraiment leur volonté, de même que la vie de ces gens. »

La plupart des villageois sont devenus salariés de l'entreprise de DBR et des autres entreprises vinicoles, même si le vin est loin de leur culture pour la plupart d'entre eux. Ils élaborent un produit qu'ils n'auront pas les moyens de consommer. Le projet a été imposé par des forces extérieures, des élites chinoises venues de Pékin et associées à des Français. Il s'agit d'un vaste phénomène de financiarisation du foncier agricole, qui éloigne la population locale du rapport singulier qu'elle entretenait avec la nature.

Au cœur de ces bouleversements, les clivages ne sont pas là où l'on croit. Gérard remarque : « Je n'ai pas du tout ressenti la différence entre Français d'un côté et Chinois de l'autre. La distance est beaucoup plus entre ceux qui sont venus pour imposer ce projet et la réalité locale. » Il évoque les visites sporadiques des officiels qui débarquaient en Mercedes noires aux vitres teintées pour ne rester que quelques heures. Dans ces moments, il se sentait proche des villageois et comprenait la violence de l'intrusion.

Un soir, je me plonge dans la lecture du livre *La Pratique de la Chine en compagnie de François Jullien*, d'André Chieng. C'est l'occasion de poursuivre nos discussions sur les formes de résistance que Gérard a pu rencontrer dans ses différentes expériences. Chinois résidant depuis longtemps en France, André Chieng est un des disciples de François

Jullien, un sinologue et philosophe qui soutient dans son livre *La Pensée chinoise* la thèse d'une Chine intemporelle avec des structures culturelles immuables. La vision culturaliste des deux auteurs repose sur l'idée d'une Chine qui ne serait pas touchée par les transformations historiques et qui incarnerait une altérité radicale pour l'Europe. Cette vision a largement influencé le développement d'un commerce de consulting proposant de faciliter la coopération avec les Chinois. Chieng invite dans son manuel à mieux comprendre la Chine en recensant les différences pour surmonter les incompréhensions interculturelles. Cette littérature d'entreprise a fait florès auprès des premiers entrepreneurs français qui souhaitaient s'implanter en Asie. Gérard se montre très critique envers cette approche. Il me parle d'un autre livre intitulé *Contre François Jullien*, de Jean-François Billeter, sinologue belge qui conteste la vision culturaliste et essentialiste de Jullien et de Chieng. Il s'érige contre l'idée d'une altérité radicale et apparemment indépassable entre l'Occident et la Chine. Cette sacralisation des différences empêcherait toute communication entre les cultures. Il suggère en particulier de prendre en compte le souffle de l'histoire et l'importance de l'influence de l'idéologie communiste.

Gérard me dit : « Je ne suis pas un intellectuel comme eux, je ne parle pas le mandarin, mais il ne faut pas tout mettre sur le dos de la différence culturelle pour expliquer la Chine. »

Nous échangeons en particulier sur une conception différente du contrat qui distinguerait la Chine du monde occidental. André Chieng cite un poète chinois pour asseoir son argumentation : « Nous vivons dans un monde où tout change tous les jours, pourquoi voulez-vous que le contrat soit la seule chose qui ne change pas ? » À partir de cette citation, André Chieng cherche une explication culturaliste qui éclairerait les différences d'interprétation d'un contrat. Gérard, lui, se fonde sur ses propres expériences avec ses interlocuteurs chinois pour contester cette vision : « La différence ne tient pas à une opposition culturelle, mais au système politique en vigueur en Chine... D'ailleurs, je suis sûr qu'en France les hommes d'affaires chinois sont très contents d'avoir des contrats et des avocats qui défendent leurs intérêts ! » Le monde chinois communiste repose, selon lui, sur des rapports de force et sur la précarité des liens avec les responsables politiques.

Après avoir participé à l'édification du vignoble de DBR, Gérard a préféré passer la main. Il a été remplacé par un autre expatrié français, Olivier Richaud, qui a permis à l'entreprise de commercialiser ses premières bouteilles en 2019 sous la marque Long Dai (« la colline ciselée »), rejoignant les autres vins du groupe.

J'aurais pu poursuivre mon enquête en allant dans la région du Yunnan visiter le domaine d'une autre entreprise française au profil relativement similaire. En effet, Bernard Arnault s'est associé avec l'entreprise chinoise VATS – principal producteur de *baiju* en Chine –, non loin de la ville de Shangri-La, sur les contreforts de l'Himalaya, pour construire un vignoble d'altitude (2 400 mètres). C'est là que des missionnaires jésuites avaient implanté la vigne et diffusé le catholicisme dans une région majoritairement bouddhiste. Le domaine Ao Yun (« nager au-dessus des nuages ») produit depuis 2013 une bouteille commercialisée à 300 euros.

Ces deux projets franco-chinois ont contribué à favoriser l'émergence de vins de qualité, mais ils participent surtout d'une logique de financiarisation du foncier rural chinois et accélèrent le processus d'uniformisation économique et culturelle de la société locale. Dans cette alliance transnationale, Arnault et Rothschild développent la même stratégie : collaborer avec les autorités chinoises pour obtenir leur confiance et se développer en Chine. DBR et LVMH ont de multiples intérêts dans le pays et espèrent que ces transferts de savoir-faire contribueront à améliorer leurs autres activités économiques dans l'immense marché chinois. Les autorités de Pékin considèrent, elles, que la collaboration avec deux fleurons de la viticulture française va permettre de faire émerger des vins chinois prestigieux répondant aux critères de la nouvelle industrie du luxe. C'est d'ailleurs peut-être l'essentiel : démontrer la capacité de la Chine populaire à produire des marchandises à haute valeur ajoutée.

La conquête de l'Ouest

Après avoir parcouru les territoires viticoles du Hebei et du Shandong, je laisse Gérard et prends l'avion pour découvrir l'autre zone viticole chinoise, qui se trouve dans le nord-ouest du pays. Les régions de Mongolie-Intérieure, du Ningxia, du Shaanxi et du Xinjiang forment un vaste ensemble géoclimatique cohérent, où la production de vin connaît un développement intensif depuis le début des années 2000. Il est constitué de territoires semi-désertiques, avec un climat continental caractérisé par de très grands écarts de température. L'hiver, celle-ci peut descendre jusqu'à moins 30 degrés, obligeant les paysans à enterrer la vigne pendant plus de six mois. Cette zone encore largement rurale est aussi une des plus pauvres du pays, n'ayant pas bénéficié du boom de croissance des villes côtières. Elle est considérée comme un espace prioritaire d'investissement par le gouvernement qui souhaite y implanter de nouvelles activités telle la viticulture, car elles doivent contribuer à l'élaboration du nouveau rêve chinois : construire une Chine verte.

Je commence par la Mongolie-Intérieure en séjournant au château Hansen, qui se trouve à proximité de la ville de Wuhai. C'est un autre modèle que les joint-ventures que j'ai visités jusqu'à présent. Le domaine Hansen est une entreprise privée qui s'est lancée récemment. Bruno Paumard, œnologue français, y travaille pour le compte d'un entrepreneur chinois qui a l'ambition de produire un vin biologique. Il a été embauché dès 2010 pour s'occuper de la vinification et de l'image du domaine.

J'ai d'abord rencontré Bruno Paumard à plusieurs reprises à Pékin, car il est installé dans la capitale. Il préfère en effet se consacrer à l'aspect commercial depuis Pékin, tout en se rendant régulièrement sur le domaine.

Au cours de notre voyage en avion, il revient très rapidement sur son parcours dans le monde du vin. Après des études de sommelier, il s'est exilé à Londres pour travailler dans de grands restaurants, avant d'être sacré meilleur sommelier d'Angleterre en 1989. De retour dans sa région natale, il a travaillé pour un des grands négociants des vins de Loire, la maison Bouvet-Ladubay.

En 2010, il est envoyé par sa société à l'Exposition universelle de Shanghai, afin de prospecter le nouveau marché chinois. La découverte de la Chine est un choc : « Quand tu quittes l'Europe avec tous ses problèmes, la Chine est une respiration. J'ai été fasciné par son rapport à l'avenir et sa capacité de changement. En France, tout paraît impossible ou bloqué. J'ai tout de suite eu l'impression que j'allais pouvoir réaliser mon rêve. »

Il fait la connaissance de Han Jianping, son futur patron, qui lui propose de l'embaucher comme conseiller afin de développer son domaine en Mongolie-Intérieure. Bruno décide de quitter son Anjou natal pour devenir maître de chai du château Hansen. Il explique ainsi sa décision de quitter la France : « Professionnellement, je ne pouvais pas espérer progresser davantage. Ici, il me semblait que mon statut changeait. Les gens m'accordaient de l'importance et de l'intérêt. J'ai eu l'impression de participer à un projet collectif important. » Bruno se demande même s'il ne vit pas un rêve éveillé depuis son arrivée. Sa décision d'expatriation correspondait aussi à une aspiration plus personnelle de réalisation. « Je suis un fan de science-fiction. Chaque fois que je prends l'avion pour le Ningxia, c'est un peu comme si j'allais sur une autre planète. Ici, tout me paraît surréaliste, surdimensionné. Tout est grand, tout va vite. J'ai la chance de me retrouver à la tête d'un domaine viticole immense au milieu du désert et qui veut faire du vin bio. Je peux réaliser mon rêve. »

A l'approche de Wuhai, je comprends mieux son sentiment de vivre une expérience hors du commun. Nous survolons des étendues désertiques avant d'arriver au-dessus de la ville, située entre les déserts de Gobi et d'Ordos. À proximité des faubourgs, j'aperçois plusieurs cheminées de centrales thermiques qui crachent d'épaisses fumées. Bruno m'explique

que Wuhai s'est développé grâce à l'extraction du charbon et à l'industrie du cachemire. C'est une petite ville industrielle d'un million d'habitants, avec une immigration récente ; néanmoins, elle se développe à grande vitesse, comme en témoignent les nombreuses tours d'habitation en cours de construction destinées à absorber l'exode rural massif.

À première vue, la possibilité d'un vignoble bio entouré par cet univers urbain me paraît improbable. Nous rejoignons le domaine par une route très large et nous arrêtons devant un vaste bâtiment rectangulaire récent, rouge et blanc, dont la façade est ponctuée de colonnes blanches. Ses quatre étages font penser plus à une administration qu'à un domaine viticole. Un escalier central permet d'y accéder. Dans le vaste hall, des hôtes en uniforme nous accueillent comme dans un hôtel. Il y a aussi des salles de réception et de conférences et, aux étages, des bureaux et des chambres. Je sors pour faire rapidement un petit tour. À proximité, quelques canards nagent dans un bassin artificiel. Le lieu ressemble à une oasis de verdure dans un milieu désertique. Plus loin, j'aperçois des rangées d'arbres qui protègent le vignoble des tempêtes de sable, fréquentes dans la région. Des tuyaux courent le long des parcelles pour irriguer en permanence les ceps grâce à la proximité du fleuve Jaune. De nombreux ouvriers travaillent la vigne. Leur visage est protégé du soleil et du vent par un foulard et une casquette. Bruno m'explique que plus de trois cents personnes s'occupent des 250 hectares, dont certaines parcelles se trouvent à plus de 2 000 kilomètres, dans la région de Gansu. Le raisin est transporté par camions pendant deux jours pour être vinifié au domaine, qui possède ses propres vignes mais achète également du raisin à l'extérieur. Nous visitons l'immense établissement vinicole, avec sa multitude de cuves en inox importées d'Italie. Bruno échange en anglais avec son assistante chinoise sur les évolutions des assemblages réalisés il y a quelques semaines.

Nous passons ensuite par un tunnel qui nous mène à un cellier de stockage. On retrouve les petites niches de personnalités locales où reposent quelques bouteilles. Le tout nouveau chai abrite plus de 800 fûts de chêne, qui permettent de produire plus de 800 000 bouteilles. Il y a également un espace de dégustation, où Bruno a créé un musée présentant des outils viticoles glanés dans des brocantes à l'occasion de ses différents séjours en France.

Le volume de la production est impressionnant et pose la question de savoir qui sont les clients du domaine Hansen. Bruno m'explique : « Nous n'avons aucun problème pour écouler notre production. Mon chef a des relations privilégiées avec les autorités locales, pour lesquelles nous mettons à disposition une quantité importante de bouteilles, qui deviendront des cadeaux d'entreprise. Ensuite, ces responsables incitent diverses sociétés locales à nous en acheter. Nous écoupons une grande partie de notre production sans aucun problème grâce à ce système interentreprises. Nos bouteilles finissent le plus souvent en cadeaux. Il faut bien que tu comprennes qu'une grande partie de l'économie chinoise fonctionne ainsi... S'attaquer au vrai marché des consommateurs et vendre en magasin, c'est autre chose ! »

Sur le domaine, Bruno travaille en collaboration étroite avec une équipe de spécialistes chinois qui ont été formés à l'université d'agriculture d'État. « Cela m'a pris du temps d'accepter qu'ils ne raisonnent pas comme nous. Mon patron a des objectifs quantitatifs à respecter, c'est sa priorité. Mon équipe technique a des logiques industrielles et de production qu'il a fallu gommer. Je ne suis pas du tout dans un environnement où je maîtrise tout. J'ai un rôle essentiel pour l'image du domaine. »

Le lendemain, le responsable de la communication profite de ma présence pour faire venir la télévision régionale. Auparavant, il me pose plusieurs questions sur mon travail et s'étonne qu'un universitaire français vienne jusqu'ici. Il me confie qu'avant de s'occuper de la communication du domaine il était professeur d'université en histoire. Il enseignait le matérialisme historique et les stades de développement théorisés par Marx et Engels. Il s'occupe désormais de la communication et il est chargé d'accompagner toute personne qui souhaite faire une enquête sur le domaine. Avant l'arrivée de la journaliste locale, il me dit que c'est toujours important qu'un Français émette un avis positif sur leur vin. Nous discutons ensuite de sa stratégie de communication. Il m'explique : « Ici, j'utilise mes connaissances historiques pour raconter une histoire sur la longue présence chinoise dans cette région. Nous sommes pour la plupart des Han, aujourd'hui. Nous avons été envoyés ici dans les années 1960 pour travailler la terre. Les Mongols sont désormais minoritaires en Mongolie-Intérieure... Nous avons assis la communication de Château

Hansen sur l'idée que c'était un vin du désert, associé à la nature pure et propre. Je n'exploite pas du tout l'histoire ou l'identité mongoles pour le vendre. Cela n'a pas de sens. Nous devons nous appuyer sur les qualités géographiques de la région, et surtout parler du projet d'une Chine de demain. »

Interviewé par la télévision, Bruno Paumard rappelle l'importance de faire du vin bio. Les cheminées d'usine que l'on aperçoit en arrière-plan et la taille démesurée de l'exploitation me font m'interroger sur la qualification de bio. Bruno me rappelle l'importance de l'image et du storytelling pour les Chinois. Il existe une certification bio depuis quelques années, mais il ne faut pas compter sur l'administration pour faire respecter les choses. « Tu sais, le fonctionnaire qui te donne la certification bio ne met pas les pieds dans les vignes. Il faut avant tout bien s'occuper de lui et faire ce qu'il faut pour obtenir ce label. »

Plusieurs jours après, le propriétaire arrive sur le domaine. Comme la plupart des *xingui* (nouveaux riches), Han Jianping n'habite pas sur place ; il vit en appartement dans la ville de Wuhai. Je comprends même que résider ici serait mal vu : le domaine vinicole est avant tout une entreprise et ne doit pas trahir un projet personnel ou familial.

Il m'accueille chaleureusement dans son bureau et me raconte rapidement son parcours. Han Jianping n'est pas originaire de la région. Cette famille de Han a été envoyée par le Parti communiste chinois en Mongolie au moment de la révolution culturelle. Il a commencé par travailler dans une usine de cachemire, avant d'en devenir le directeur. Il a ensuite occupé des responsabilités locales au sein du Parti dans les années 1990, puis a fait fortune dans l'industrie du charbon. En 2001, il a réinvesti dans l'immobilier urbain – qui est à l'origine de l'enrichissement considérable de nombreux nouveaux riches.

Au même moment, son frère développait un domaine viticole qui ne fonctionnait pas vraiment. En 2004, quand ce dernier est mort brutalement, Han Jianping a repris l'activité. Il a recruté un spécialiste de la viticulture à l'université d'agriculture et a fait construire en 2008 le chai, puis le château. En 2010, il a rencontré Bruno à l'Exposition universelle de Shanghai, dont le thème était « Une ville meilleure, une vie meilleure ».

Pour Han Jianping, le séjour à Shanghai a été une expérience majeure : « J'ai compris qu'il fallait faire autre chose pour notre pays. Moi, j'ai gagné beaucoup d'argent dans le charbon, et maintenant je participe à la Chine verte. Et je trouve que notre projet de faire du vin bio en Mongolie contribue à notre nouveau rêve chinois. »

Comme l'analyse remarquablement Aurélie Névot dans *La Couronne de l'Orient*, son ouvrage consacré à la manifestation de Shanghai, c'était l'occasion de construire un nouveau roman national. La visite de l'exposition devait susciter des émotions et façonner l'homme nouveau. Le pavillon chinois traduisait l'avenir écologique de la Chine. L'objectif était de contribuer à l'unité du peuple. Le nouveau rêve chinois devait se réaliser grâce à la fusion opérée entre les intérêts de la famille et ceux de l'État. Par cette exposition, il s'agissait de proposer un horizon politique de développement vert : permettre à toutes les composantes de la société chinoise de s'enrichir. Selon Aurélie Névot, ce roman national s'adresse aux minorités de la République populaire de Chine : elles peuvent, comme les Mongols, garder leurs traditions, mais l'objectif est avant tout d'accéder à une modernité associée au confort matériel, technique, pour contribuer à la grandeur et à la puissance du pays dans le monde.

Ce nouveau discours politique s'articule très bien avec le développement du vignoble de Château Hansen. Han Jianping ne le présente pas comme un simple projet personnel : « Le château Hansen contribue à fixer le sable et à limiter les tempêtes de sable sur Pékin et les grandes villes de l'Est. Nous endossons un rôle collectif très important : faire un désert vert et améliorer la vie de nos concitoyens. »

Cette dimension collective est systématique dans le discours des nouveaux acteurs du vin. L'investissement dans la viticulture se justifie toujours par une contribution au projet collectif national. Han Jianping confirme : « L'évolution de notre entreprise est indissociable du développement du pays. Notre objectif est de contribuer à transformer le désert. C'est un rêve collectif de modifier la nature, c'est un devoir pour la société. » Désormais, le pouvoir chinois souhaite limiter l'expansion des villes et tente d'orienter les investissements vers l'espace rural et les zones les plus pauvres.

L'investissement dans le vin est un dessein politique et non d'un rêve individuel. Le développement de projets dans la région veut démontrer la capacité de la Chine à produire un vin de qualité, c'est bien dans cet objectif que Bruno Paumard a été recruté.

Avant de me quitter, Han Jianping me parle de son nouveau projet. Il vient d'obtenir un bail de 3 500 hectares pour construire un complexe œnotouristique dans la région du plateau d'Ordos. Il me montre la maquette : il prévoit d'édifier plusieurs copies de châteaux européens, une église, une sorte de petit village à l'européenne, des salles de conférences, des hôtels luxueux. Il espère accueillir la nouvelle classe des cols blancs chinois qui viendra y passer ses week-ends, loin des centres-villes.

En découvrant ce projet gigantesque, je songe aux remarques d'un observateur averti de la filière viticole, à Pékin, quelques mois auparavant : « Moi, je préfère relativiser l'intérêt actuel pour le vin, car tu dois comprendre que tous ces hommes d'affaires chinois ont une stratégie complexe par rapport à leurs investissements. Faire un vignoble, c'est avant tout un moyen d'obtenir des autorités un bail sur le foncier. Souvent, ils se moquent de la vigne, et peut-être qu'avec l'expansion urbaine, dans dix ou vingt ans, la vigne sera rasée, mais ces hommes d'affaires auront fait de très bonnes affaires ! »

Han Jianping et les *xingui* de la viticulture s'inscrivent dans la logique du gouvernement chinois, qui veut répondre aux attentes des classes moyennes et supérieures urbaines, celles-ci souhaitant avoir davantage de loisirs et pouvoir s'échapper de l'espace urbain.

Il est temps d'aller voir un peu plus loin s'il y a d'autres formes de vignobles que ces vins de château faisant la promotion d'un projet politique vert, symbole d'une domestication très poussée de la nature.

Les vins de château

Bon nombre d'observateurs présentent le Ningxia comme la nouvelle Chine viticole, tournée vers une production de qualité. En 2015, je reviens à Pékin et prends très vite la direction du Ningxia. J'atterris à l'aéroport ultramoderne de Yinchuan Hedong, au milieu d'un paysage désertique bien différent de la densité urbaine de la capitale. C'est la vigneronne chinoise la plus médiatisée, Gao Yuan, plus connue sous le nom d'Emma Gao, qui vient me chercher. Dans un français remarquable, elle me parle immédiatement de la transformation de sa région : « Je suis née ici à une époque où il n'y avait pas beaucoup de voitures. Maintenant, il y a plusieurs autoroutes et quantité de gratte-ciel. C'est une région qui s'est beaucoup développée. Dans mon enfance, la ville comptait 300 000 habitants. Aujourd'hui, nous sommes 3 millions, mais c'est petit pour la Chine ! »

Pendant notre trajet en voiture, je suis surpris par l'arsenal de technologies de surveillance déployé pour contrôler les flux de passagers (caméras, reconnaissance de l'iris, etc.). Sur l'avenue principale permettant de gagner la ville, un gigantesque radar flashe et photographie tout véhicule entrant dans l'aéroport et en sortant. Nous empruntons une autoroute toute neuve pour gagner la ville. Rapidement, des dizaines-d'immeubles longent des sortes d'autoroutes-avenues aussi larges que récentes. La présence de nombreuses grues témoigne de l'expansion de cette nouvelle ville de l'ouest de la Chine. Nous passons devant plusieurs lacs artificiels et immeubles résidentiels récents entourés de parcs

agrémentés de très nombreux arbres fraîchement plantés. Yinchuan apparaît comme une oasis urbaine sortie récemment de terre, qui cherche à articuler modernité des bâtiments et végétation luxuriante.

Le lendemain, je m'accorde un moment pour découvrir la ville. Je suis étonné que le gouvernement chinois ait choisi le Ningxia, le territoire qui a été attribué aux Hui. Ces musulmans chinois font partie des cinquante-six groupes ethniques (*minzu*) reconnus par le système des nationalités établi sous Mao en 1958. Je vois quelques minarets témoignant de cette présence musulmane. À proximité d'une mosquée, une grande pancarte affiche le slogan « *Ai Guo, Ai Jiao* » (« Aimons le pays, aimons la religion »), qui rappelle la primauté de la loyauté de ces musulmans envers la Chine, avant la religion. On reconnaît les hommes hui dans la rue à leur discret chapeau blanc. Aujourd'hui, Yinchuan est majoritairement habité par des Han ; les Hui sont plutôt implantés dans les zones rurales et dispersés sur l'ensemble du territoire chinois. Le gouvernement de Pékin veut faire de ce territoire une vitrine à destination des pays musulmans. Au centre de la nouvelle ville, un grand parc (Golden Palace) est censé évoquer les rapports de la Chine avec le monde arabe. Tout autour, de nouvelles mosquées sont en construction. Un guide m'explique que, bientôt, ces nouveaux bâtiments en forme de pagode chinoise incarneront l'islam à la chinoise. Et il n'y aura plus de minarets, qui rappellent trop l'influence étrangère. Yinchuan se veut un lieu privilégié pour développer le commerce halal avec les pays musulmans.

L'anthropologue américain Dru Gladney évoque ces transformations architecturales remontant aux années 2010 en les reliant à une vaste politique de « sinicisation » de l'islam, qui consiste à effacer toute influence arabe dans les textes, l'architecture ou les pratiques vestimentaires. L'idée du Bureau des affaires religieuses est simple : bannir les influences extérieures, notamment celle des wahhabites venus en masse du Pakistan et d'Arabie Saoudite depuis le début des années 1990. Les imams suivent désormais des cours obligatoires pour prendre connaissance de la politique officielle du gouvernement en matière religieuse et ethnique. Cela se traduit dans la région par la fermeture des petites mosquées et la création de lieux de culte enregistrés par le gouvernement. Une politique patrimoniale incite à une transformation architecturale en supprimant les minarets au profit des

pagodes chinoises. La destruction du patrimoine architectural sous prétexte de vétusté est une stratégie qui ne se limite pas aux musulmans et concerne l'ensemble des religions et des croyances. L'objectif est de faire table rase du passé pour construire un avenir commun. Les Hui ne représentent plus qu'un tiers de la population du Ningxia et doivent apparaître comme un modèle d'intégration. Mon guide, lui-même hui, cherche immédiatement à nier toute ressemblance avec les Ouïgours : « Nous sommes chinois et descendants des commerçants qui se sont convertis à l'islam. Notre langue est le mandarin. Nous n'avons rien à voir avec les Ouïgours. »

Le Ningxia est l'une des régions les plus pauvres du pays, connue pour la culture du goji dans le Sud et pour ses mines de charbon dans le Nord, qui sont peu à peu abandonnées. Il est l'objet depuis quelques années d'investissements importants. Ici, le gouvernement a décidé que le nouveau rêve chinois d'un pays vert devait se réaliser par l'essor de la viticulture.

Les premières vignes ont été plantées dans les années 1980 par une coopérative d'État, Xisaking, pour produire un vin industriel. Les grands groupes de la filière viticole ont été rejoints par des entreprises privées soutenues par les autorités locales, qui sont devenues des acteurs majeurs de la filière. Ces nouveaux entrepreneurs n'hésitent pas à employer les meilleurs experts mondiaux. Pédologues, pépiniéristes, œnologues et architectes venus de France, d'Italie, d'Espagne ou d'Australie sont sollicités pour faire sortir de terre des vignobles à la superficie impressionnante, affublés de copies de châteaux français. Le responsable du Comité du vin du Ningxia me confie : « Notre gouvernement a fait du vin une priorité de développement, et nous espérons ainsi continuer à attirer des investissements étrangers. Nous voulons imposer l'idée d'une appellation d'origine contrôlée et faire du vin de qualité. » L'implantation de ces vignobles permet aussi de limiter l'exode rural et de créer des emplois.

Au début des années 2000, la viticulture a pris un nouveau tournant quand il a été décidé de commencer à produire un vin de qualité. Le gouvernement a mis à disposition des moyens et des infrastructures pour transformer cette région désertique traversée par le fleuve Jaune, garant d'une bonne irrigation. Le vignoble se situe à 1 200 mètres d'altitude, dans

une plaine du piémont des monts Helan, une chaîne montagneuse qui coupe les vents venus du désert de Gobi et qui protège les vignes des tempêtes de sable. Le Ningxia compte désormais plus de deux cents établissements vinicoles, et la superficie devrait encore s'étendre d'ici à 2022 pour atteindre 60 000 hectares, soit deux fois la Bourgogne.

Quelques jours plus tard, Emma Gao passe me chercher à mon hôtel pour me faire découvrir son domaine, Silver Heights. Elle m'explique : « Avant, notre région était tournée vers l'économie du charbon ; maintenant, c'est le vin qui devient important. C'est bien pour l'écologie. »

Nous arrivons dans sa petite ferme, nichée au cœur de la ville de Yinchuan. Elle ressemble davantage à un grand jardin et se trouve encerclée par un environnement urbain impressionnant. Emma raconte : « C'est d'abord mon père qui a commencé ici en plantant quelques pieds de vigne. Aujourd'hui, nous utilisons ce lieu pour stocker une partie de notre production, mais notre vignoble est à l'extérieur de la ville. » On se demande comment ce lieu bucolique cerné par les immeubles pourra résister à la pression urbaine.

Nous retrouvons Lin Gao, le père d'Emma. Installés sous la pergola, nous l'écoutons raconter l'histoire familiale avant de goûter les vins. Originaire du Shaanxi, il a été un artisan de l'instauration du communisme au Ningxia, où il avait été envoyé comme instituteur en zone rurale pour lutter contre l'illettrisme parmi les Hui. Lin Gao a vécu à Yinchuan en occupant différents postes de fonctionnaire. Dans les années 1990, il a vécu cinq ans avec sa fille à Saint-Pétersbourg, où il faisait du commerce avec la Russie. Il vendait des vêtements en cachemire et en laine venant du Ningxia dans la nouvelle société de consommation russe, tandis qu'Emma faisait des études d'économie à l'université.

En 1997, Lin Gao a été rappelé en Chine pour travailler dans une usine chimique et d'extraction de charbon dans le nord du Ningxia. En 1998, il a dirigé une ferme agricole d'État où il devait développer un vignoble pour freiner la désertification rampante de la région. Au cours d'un séminaire organisé par le gouvernement régional, il a fait la rencontre de Li Hua, un éminent professeur de l'université agricole du Nord-Ouest, à Yangling (Shaanxi), persuadé que l'avenir de la viticulture chinoise se jouerait au

Ningxia. Le professeur Li Hua avait été l'un des rares à voyager avant la politique de « la porte ouverte » : il avait obtenu un doctorat à Bordeaux avant de créer le département d'œnologie de son université.

En 1999, Lin Gao est envoyé par le gouvernement en Allemagne et en France pour un voyage d'études. Il tombe amoureux des paysages viticoles qu'il voit en Europe et décide de s'inspirer de cette expérience pour se lancer dans une entreprise privée, en plantant de la vigne pour son propre compte. Il réussit à obtenir un bail privé pour construire cette petite ferme de moins d'un hectare, qui se trouve à l'époque dans les faubourgs de la ville, et y plante des arbres fruitiers et de la vigne.

Il décide que sa fille, alors âgée de vingt-deux ans, poursuivra son aventure. Le gouvernement du Ningxia favorise à cette époque le développement de la viticulture, et Emma profite d'un programme d'État pour aller étudier à l'étranger. En 1999, elle s'envole pour la France. Elle se forme pendant quatre ans, d'abord au lycée agricole d'Orange, puis à l'université de Bordeaux, où elle obtient un diplôme d'œologue. Elle accomplit plusieurs stages dans de grands domaines. C'est au cours d'un stage à Saint-Estèphe qu'elle rencontre le maître de chai de Calon-Ségur, Thierry Courtade, qui deviendra son mari en 2004, et le père de leur fille.

En 2004, Emma Gao rentre en Chine. Elle est déçue par sa première expérience professionnelle dans un domaine viticole du Xinjiang, qui cherchait à produire un vin industriel. Elle se souvient : « J'avais travaillé dur pour commencer la vinification de mes vins. Un jour, le patron est arrivé et a mélangé le vin qui venait de nos propres raisins avec du vin importé d'Australie. J'en ai pleuré ! » Elle revient au Ningxia pour développer le projet familial en s'associant avec des partenaires financiers. Leur domaine commence à produire en 2007 quelques barriques et sort 3 000 bouteilles. Très vite, des critiques internationaux signalent Silver Heights comme l'un des vins chinois les plus prometteurs. La célèbre journaliste Jancis Robinson lui consacre un reportage sur son blog³¹, et Robert Parker lui octroie une note de 86 sur 100 dans son guide.

Aujourd'hui, ils produisent 40 000 bouteilles par millésime et espèrent atteindre une production de 200 000 bouteilles dans les cinq ans. La taille de l'exploitation, la démarche qualité et le caractère familial du domaine tranchent avec la réalité du monde du vin en Chine.

Entre-temps, Emma et Thierry ont obtenu un bail sur 200 hectares de terre vierge dans le nouveau couloir viticole. Après trois ans de défrichage et l'aide d'investisseurs hongkongais, la famille Gao a créé un nouveau vignoble de 15 hectares sur des terrains graveleux et argileux, riches en minéraux. Comme de nombreux investisseurs, ils ont bénéficié de fonds publics très importants. Leurs vins sont désormais distribués par la société Torres China, ce qui leur permet de figurer sur les tables des plus grands restaurants des hôtels de Shanghai et de Pékin. Emma Gao considère qu'elle participe à la construction d'une nouvelle société : « L'environnement en Chine, avec notre croissance très forte, a fait l'objet de très peu d'attention. Beaucoup d'industries ont pollué l'air et les sols. On parle très souvent de ce sujet entre nous, en espérant que les futures générations feront autrement. En plus, la viticulture fournit de nombreux emplois, notamment aux ouvriers agricoles hui. »

Quelques jours plus tard, je rencontre son mari, Thierry Courtade. Avant d'arriver en Chine, il était salarié agricole dans le haut Médoc, et il s'estime très heureux dans sa nouvelle vie d'expatrié : « Cela faisait vingt-quatre ans que j'étais dans le Médoc. C'était l'occasion de changer, car le Médoc, c'est étroit ! On ne peut plus s'y installer. Pour ma part, j'ai commencé avec un petit propriétaire, mais tous les petits disparaissent. Ils sont repris par des gros. Et moi, je n'avais pas les moyens de m'installer. C'est ça qui est dommage... »

Il dispose ici de moyens pour construire un projet autonome avec sa femme : « C'est une belle vie que j'ai en Chine, je ne regrette rien. Le Médoc, c'est fini, tout est bloqué, il n'y a plus d'ouverture en France pour les jeunes. Ici, cela explose. »

Pourtant, leur petite ferme a bien failli disparaître, car les autorités municipales souhaitent les exproprier. Emma Gao se souvient : « Je suis très attachée à notre ferme, c'est un lieu très important de mémoire de mon enfance. Nous habitons dans un appartement, comme mes parents ; notre fille a grandi ici aussi. Les autorités locales voulaient nous expulser pour construire des immeubles. On a bataillé pour garder cette ferme, et nous avons finalement eu la chance d'y parvenir. » La médiatisation du *New York Times* et l'intervention de l'ambassade de France ont

probablement aidé. Ils ont finalement conclu un accord avec la mairie, avec en contrepartie néanmoins la construction d'un musée public dédié à la culture du vin sur leur petite ferme.

Cet épisode pose une question majeure à l'ensemble du vignoble chinois. La production de vin demande du temps et implique souvent plusieurs générations. Dans un système où il n'y a pas de propriété privée, la succession des générations est incertaine. À la fin de cette rencontre, j'interpelle le père d'Emma sur la question de la transmission de son vignoble, il me répond : « Avec ma femme, nous avons beaucoup travaillé pour voir ses vignes fleurir, je suis fier que ma fille continue et j'espère que ma petite-fille fera la même chose. »

L'histoire de la famille Gao semble l'arbre qui cache la forêt de l'émergence d'une industrie viticole d'État. Le lendemain, nous empruntons la route G 110, récemment construite. De grands panneaux publicitaires vantent l'essor d'une zone économique pilote autour de l'œnotourisme. Cette route des vins longe le futur vignoble, qui s'étendra sur plusieurs kilomètres le long des monts Helan. Nous traversons ce nouveau couloir de vignes, où nous assistons à un ballet incessant de camions, de bulldozers et de tractopelles, qui transforment la nature. Les engins creusent et fendent la roche pour aménager le terrain. Ce sont les autorités qui construisent les routes, les réseaux d'irrigation, les réservoirs et les installations électriques destinés aux futurs établissements vinicoles.

Ailleurs, des ouvriers sont affairés à planter des piquets pour préparer la plantation. Emma Gao m'explique : « L'hiver, la température peut descendre à moins 25, moins 30, et comme il fait très sec, les souches peuvent sécher... Au printemps, elles sont mortes. On conserve donc les vignes sous la terre. Après le buttage, on irrigue pour garder l'humidité. Sur cette terre vierge, nous avons aussi besoin d'apporter des nutriments pour faire grandir les plants. »

Ces difficultés impliquent de mobiliser des moyens techniques et humains colossaux.

Je poursuis mon séjour par la visite de l'établissement d'État Helan Qingxue, qui s'est récemment distingué en obtenant une médaille décernée par le Decanter World Wine Awards pour son vin rouge Jia Bei Lan de

2009. Une belle reconnaissance du travail mené par l'œnologue Li Demei, qui est parvenu à hisser un vin chinois dans un concours international. Cette entreprise bénéficie d'un soutien très important pour montrer la capacité du pays à produire un vin de qualité. Le domaine est l'équivalent d'une cave coopérative à taille humaine, très différente des grandes structures industrielles de Changyu, de Dragon Seal ou de Greatwall. Les petits producteurs lui vendent du raisin, qui est ensuite vinifié et assemblé par des œnologues. Helan Qingxue est souvent cité comme exemple du nouveau virage de la viticulture chinoise

Je visite ensuite plusieurs domaines qui me rappellent ce que j'ai pu observer au domaine Hansen en Mongolie : un nouveau riche qui investit dans un projet viticole à dimension industrielle tout en prétendant faire de la qualité.

Quelques jours plus tard, je reprends la route des vins. Après une heure de trajet, j'arrive à proximité d'un chai ultramoderne, au milieu d'une grande étendue verte de plusieurs dizaines d'hectares. Je visite rapidement le domaine Helan Mountain, qui appartient à Pernod Ricard. La multinationale française, qui a planté un vignoble de plus de 400 hectares, produit déjà 1,5 million de bouteilles. S'inspirant de son aventure avec Jacobs Creek en Australie, Pernod Ricard s'est appuyé sur ses équipes australiennes pour développer ce nouveau vignoble. Dans les vignes et sur la chaîne d'embouteillage, des femmes lui, reconnaissables à leur foulard, travaillent dans le silence.

Je repars un peu plus loin vers le domaine Chandon, où le groupe LVMH, avec sa marque Moët & Chandon, produit un vin pétillant – pour ne pas dire du champagne.

Rapidement, je comprends que l'exploitation des Gao fait figure de Petit Poucet au milieu des nombreuses entreprises vinicoles de taille mondiale associant des capitaux venant de France, d'Autriche, d'Australie ou d'Espagne.

Un soir, je suis invité par le Bureau des vins du Ningxia à participer à une dégustation à l'occasion de la venue d'un critique travaillant pour un guide français. Marc Nolleau, sommelier français installé à Shanghai, exerce depuis sept ans au restaurant de l'hôtel *Park Hyatt*, après avoir

officié dans de grands restaurants étoilés du monde entier. Il collabore au nouveau guide des vins chinois édité par les critiques français Bettane et Desseauve. Il vient de visiter plusieurs domaines de la région pour évaluer leurs vins et constate : « Des progrès sont faits : la vigne prend de l'âge, l'irrigation est mieux maîtrisée, des efforts sont réalisés dans les chais, mais il y a encore des problèmes d'hygiène et de défauts dans les vins, avec trop d'oxydation. Le raisin n'est parfois pas assez mûr, et cela donne un goût de poivron vert sur les vins rouges. Je pense que le potentiel est plus important pour les blancs. Je constate qu'il n'y a pas encore suffisamment le sens du terroir distinguant la provenance des raisins. »

Le propriétaire d'un vignoble au Ningxia, ancien dirigeant local du Parti communiste chinois, insiste : « Mon rêve est simple, c'est que mon vin fasse la fierté de la Chine. Nous aussi, nous sommes capables de faire de grands vins et nous allons le prouver au monde entier... Je vais maintenant m'attaquer à l'export en m'appuyant sur nos diasporas. »

Le responsable du Bureau des vins du Ningxia m'explique : « On a commencé à établir la classification de la région du Ningxia. Tous les deux ans, on la met à jour, et nous avons besoin de huit ans pour faire des grands crus classés. »

C'est au tour d'Emma Gao de faire déguster ses cuvées au sommelier français. Elle sollicite des conseils pour améliorer son vin et demande si cela serait une bonne idée de mélanger les millésimes 2013 et 2014. Le sommelier semble surpris par cette question : « Personnellement, je ne le ferais pas. Il y a tellement de malversations en Chine, des gens qui mélangent plusieurs millésimes, des vins qui viennent en fait d'Australie, c'est rassurant pour les consommateurs de savoir où le vin a été produit, par qui et quand. Chaque millésime a ses qualités et ses défauts. Il ne faut pas les mélanger. »

La viticulture chinoise est en cours d'élaboration et sa législation demeure floue, ce qui autorise certaines pratiques étonnantes aux yeux d'un sommelier français. Le modèle viticole n'est pas encore bien défini. Emma me dit que les autorités cherchent à imposer des lois, mais aussi à établir des critères communs pour classer les différents vins en fonction du lieu d'origine, sur le modèle français. Le responsable du Bureau des vins ajouta : « Nous savons qu'il y a une grande distance entre le nouveau monde et l'ancien monde. Une longue route nous attend pour faire des

vins de qualité. Nous manquons de professionnels, et les étrangers sont les bienvenus pour nous apprendre. Mais nous sommes patients, car il y a de plus en plus de Chinois qui boivent du vin. »

Les projets viticoles continuent à se multiplier au Ningxia. Beaucoup d'observateurs parlent de celui du groupe alimentaire sino-thaïlandais Jiangsu Daysun. Son directeur, Chen Deqi, est déjà propriétaire du domaine viticole Ho-lan Soul (1 500 hectares de vignes), qui serait en agriculture biologique. Il s'est attaché les conseils d'un nouveau *flying winemaker* bordelais. Il ne compte pas s'arrêter là : il ambitionne de développer un complexe œnotouristique sur plus de 6 700 hectares avec trente châteaux et une station de ski, pour un investissement approchant le milliard d'euros.

Le président Xi Jinping a visité en juin 2020 un de ces établissements du Ningxia³². Il en a profité pour exhorter les Chinois à boire chinois pour réduire les importations, soutenir la viticulture du Ningxia, contrer la désertification et favoriser l'essor d'une Chine tournée vers l'écologie.

³¹ Jancis Robinson, « China's most promising wine province? », 15 septembre 2012 (<https://www.jancisrobinson.com/articles/chinas-most-promising-wine-province>).

³² <http://www.winechina.com/html/2020/06/202006301283.html>

La domestication du vivant

C'est mon grand regret : ne pas avoir pu mener mon enquête de terrain jusqu'au bout en visitant l'autre grande zone viticole : la région autonome ouïgoure du Xinjiang. Lorsque je vivais en Ouzbékistan (1996-2000), je rêvais déjà de découvrir ce que l'on appelle aussi le Turkestan chinois, pour observer la différence entre la soviétisation de l'Asie centrale et l'intégration à la société chinoise de cette région peuplée de populations turcophones musulmanes. Dans les années 1990, la frontière terrestre était largement fermée, et l'accès difficile. La population locale ouïgoure y exprimait alors de plus en plus son identité collective par des manifestations, qui appelaient en particulier à stopper l'arrivée de populations han. Ces rassemblements provoquèrent une forte répression de la part de Pékin, qui y vit des revendications ethnico-religieuses inacceptables dans la Chine communiste. Pour les autorités, la croyance religieuse était vue comme une pathologie, et les programmes d'éducation à l'athéisme furent intensifiés. L'idéologie chinoise, inspirée du matérialisme historique marxiste, réduit ces revendications ethniques à une survivance passagère de l'histoire. Le gouvernement finira par les éradiquer, comme une entrave à la construction de l'homme communiste chinois du ^{xxi}^e siècle. Depuis, la situation s'est détériorée, suite aux attentats de 2006 et aux émeutes interethniques de 2009.

Pendant mon enquête, je renonce à ce voyage, car la situation s'est encore aggravée avec les attentats de militants ouïgours : sur la place Tiananmen à Pékin (octobre 2013) et à Urumqi (Xinjiang, 2014)... Une autorisation spéciale est alors nécessaire pour se rendre dans cette région, devenue zone militaire. À défaut de pouvoir observer directement, je suis contraint de m'appuyer sur de nombreux témoignages d'étrangers et de Chinois glanés lors de mes enquêtes sur les différents salons professionnels en France ou en Chine.

En 2014, je fais la connaissance d'Ibrahim, cuisinier dans un des nombreux restaurants ouïgours de Pékin. Il se réjouit d'échanger quelques mots avec moi dans sa langue, grâce à ma connaissance de l'ouzbek, qui est également une langue turcique. Il a fallu néanmoins plusieurs semaines pour lever la méfiance entre nous. Intrigué par mon intérêt pour le vin, il me fait goûter un jour avec fierté celui de son père. Il m'explique que la vinification s'opère dans de grandes jarres. Chacun a sa recette pour trouver le cocktail idéal : certains y ajoutent du sang de pigeon, des épices, des herbes et même de la viande. Cette boisson fermentée, qui se boit avec modération, est avant tout consommée pour ses vertus médicinales et fortifiantes. Une production artisanale perdure tout le long de l'ancienne route de la soie, en dépit de l'interdit religieux édicté par l'islam. J'ai eu l'occasion d'en goûter à Tachkent, à Ferghana, à Samarcande et à Boukhara (Ouzbékistan), mais aussi à Bichkek, à Och (Kirghizstan) et à Douchanbe (Tadjikistan).

Les conditions climatiques au Xinjiang sont identiques à celles du Ningxia, avec un climat continental caractérisé par très peu de précipitations, des hivers rudes et une sécheresse terrible l'été. La proximité des montagnes du Tian Shan a néanmoins permis aux populations locales de développer l'agriculture, notamment le raisin, en installant de vastes réseaux souterrains (*terek*) pour irriguer les oasis de peupliers situées sur les piémonts des différentes chaînes montagneuses.

Au sud d'Urumqi, la capitale de la région autonome ouïgoure, dans la région de Tourfan, mais aussi dans l'oasis de Kachgar, Ouïgours, Kazakhs et Ouzbeks cultivent traditionnellement de la vigne sur pergola autour de leurs habitations. Ce tissu végétal protège les maisons des températures excessives, et les fruits sont utilisés pour la consommation familiale sous

forme de raisin de table et de raisins secs (*kishmish*), très prisés. Quelques maisons basses en pisé traditionnel disposent encore de greniers en briques à claire-voie pour suspendre et faire sécher les grappes. Certaines familles produisent encore ce vin artisanal qu'Ibrahim m'a fait goûter à Pékin et qu'on appelle *museles* ou *sharbat*. Ce n'est toutefois pas cette boisson que les autorités ont décidé de soutenir massivement depuis la fin des années 1990.

Lors d'une foire aux vins à Pékin, un homme d'affaires han, venu du Jiangsiu, m'explique qu'il vient d'investir dans la viticulture au Xinjiang grâce à un soutien financier important de l'État. Il considère avec un certain dédain la tradition du *museles* : « Nous ne faisons pas la même chose. Nous arrivons avec la science et des capacités industrielles. » Son idée consiste à créer la marque Museles pour une boisson industrielle à base de jus de raisin fermenté additionné de sucre.

Globalement, ces nouveaux investisseurs ont une autre vision du développement du vin. Les principales exploitations modernes du Xinjiang font émerger de vastes vignobles de plusieurs centaines d'hectares. Ce développement de la viticulture fait partie d'une stratégie globale visant à favoriser l'agro-industrie. Les autorités du Xinjiang³³ viennent d'annoncer qu'elles prévoient un quasi-doublement de la surface viticole, de 33 000 à 55 000 hectares, d'ici à 2025.

Gérard Colin, qui a travaillé quelques années dans le Xinjiang, m'avait averti : « Tourfan est un autre monde. On ne peut pas extirper le vin de son contexte social... L'armée est omniprésente, les contrôles de police stricts et fréquents, la répression drastique. »

Le Xinjiang, qui signifie « nouvelle frontière » ou « nouveau territoire » en mandarin, fait l'objet de toutes les attentions de la part du gouvernement depuis la fin des années 1990, à travers différentes politiques volontaristes. Pékin est dans une nouvelle phase d'activisme pour accélérer l'intégration de cette région à la réalité socio-économique du pays.

En trois décennies, l'implantation de populations venues d'ailleurs et l'émergence de grands centres urbains ont mis en minorité la population ouïgoure autochtone, au sein des 20 millions d'habitants que compte la

région. James Millward, spécialiste de la Chine, parle d'un vaste processus de « hanisation » et de « sinisation » du Xinjiang³⁴.

La région fait l'objet d'investissements économiques massifs destinés à l'industrialiser et à la sortir de la pauvreté. Les vastes exploitations de monoculture du coton et de la tomate ont particulièrement été intensifiées pour favoriser l'exportation de produits industriels textiles et agro-alimentaires. De l'autre côté de la frontière, les Soviétiques avaient eux aussi favorisé la monoculture du coton en Ouzbékistan, provoquant la plus grande catastrophe écologique de la région avec l'assèchement de la mer d'Aral et une salinisation des sols dramatique.

Au Xinjiang, cette politique s'est accompagnée de l'implantation d'usines sous forme de joint-ventures ou de partenariats avec des entrepreneurs occidentaux. Des marques internationales y fabriquent des vêtements vendus sur toute la planète. Il n'y a pas si longtemps, elles louaient la qualité du travail et les salaires attractifs de ces usines du Xinjiang. Les grands groupes de l'industrie alimentaire français, italiens ou américains y produisent du concentré de tomate et du ketchup.

L'essor de la production vinicole au Xinjiang s'inscrit dans cette volonté politique plus générale d'industrialisation du Grand Ouest chinois, lequel n'a pas connu le même développement que les régions côtières, qui furent les premières à absorber les bénéfices du boom économique après l'ouverture du pays.

L'objectif est de fabriquer un produit industriel de qualité, comme au Ningxia et au Shandong, afin de limiter les importations étrangères. L'armée et ses entreprises (*bingtuan*) sont mobilisées pour construire ce paysage viticole. Depuis les années 1950, l'objectif de ces « entreprises militaires » est de développer l'économie aux marges de la Chine et de participer à l'harmonie interethnique en favorisant l'implantation de populations han parmi la majorité ouïgoure dans les zones rurales. Les *bingtuan* sont des acteurs majeurs dans la réalité sociale du Xinjiang. Elles peuvent compter sur quatorze divisions et cent quatre-vingt-cinq régiments de travailleurs, particulièrement actifs dans l'émergence de cette nouvelle agro-industrie.

Dans un numéro de la revue *Decanter* ³⁵, l'œnologue Li Demei mentionne ainsi un établissement situé dans la vallée de l'Ily. Sur le vignoble de plus de 2 000 hectares, une *bingtuan* a été sollicitée. Il raconte : « La 62^e division du régiment de production et de construction a commencé la taille le 30 mars, tandis que la 63^e a attaqué le 29 mars [...]. La 67^e division a commencé à vendanger le cabernet sauvignon le 15 septembre ».

Ces corps militaires incarnent une autorité administrative dans les petites villes et l'espace rural du Xinjiang. Certains d'entre eux sont aujourd'hui accusés par différents États, organisations internationales et ONG, de gérer des centres de travail forcé ou des centres de rééducation pour les minorités musulmanes récalcitrantes.

La viticulture n'échappe pas à cette réalité. Gérard Colin me confiait son malaise suite à son expérience dans le Xinjiang : « Là-bas, j'ai l'impression que les Han utilisent la viticulture comme les Français ont pu le faire en Algérie. C'est un processus de colonisation, les patrons sont han et les travailleurs ouïgours. »

La plupart des domaines du Xinjiang sont détenus par des capitaux han soutenus par de puissants partenariats étrangers, notamment français, italiens et australiens, pour produire des vins de qualité.

Au cours de certaines de nos longues conversations nocturnes, Gérard me parlait des multiples banquets où les officiels se succédaient pour présenter l'instauration d'une viticulture industrielle au Xinjiang comme un moyen d'apporter la modernisation et la civilisation à ces paysans ouïgours qui étaient de surcroît musulmans.

Un des entrepreneurs du Xinjiang me dit : « Quand je suis arrivé là-bas, il n'y avait rien. Avec le domaine, nous avons transformé ce désert en poumon vert. »

Le rapport à l'espace est complètement différent pour la population autochtone et les migrants han. Les Han partent de l'idée qu'il faut transformer un espace qui serait vide, sans présence humaine ni naturelle, pour le domestiquer et finalement contrôler l'ensemble du monde vivant. Pour la population autochtone, au contraire, ce paysage désertique est un lieu de vie ; il abrite des souvenirs, des coutumes, des vestiges propres à sa culture et à son histoire.

Gérard Colin avait travaillé pour le compte d'un de ces nouveaux investisseurs chinois au profil souvent identique : « Il était résident à Hong Kong et avait un passeport canadien. Il passait son temps à circuler entre Shanghai, Hong Kong, Pékin, le Canada et le Xinjiang. » Il a fait fortune dans l'informatique et investi dans un établissement vinicole à proximité de la ville de Tourfan, dans le désert du Taklamakan. En 2008, il a racheté une ferme d'État dotée d'un vignoble de 70 hectares, qui produisait du raisin depuis 1975, avec l'objectif de la transformer en domaine. Le vignoble de Puchang avait l'ambition de produire un vin « premium » de qualité. Gérard y a découvert un site où tout était à faire, et, d'après lui, « la vigne était en piteux état et la tâche immense ».

Gérard se souvenait d'une organisation du travail quasi militaire. Il s'était retrouvé à collaborer avec un fondé de pouvoir qui était selon lui un *hakka* à la retraite, un de ces anciens militaires envoyés dans des régions reculées pour développer le pays. Il était chargé des relations avec les autorités locales pour trouver la main-d'œuvre par l'intermédiaire d'une *bingtuan*. Gérard s'occupait seulement de la vinification et de l'image du domaine. Il n'est pas resté longtemps : « J'étais franchement mal à l'aise. Les Ouïgours m'intéressaient davantage, mais c'était difficile d'avoir des relations avec eux, et je devais avant tout fréquenter des Han pour le business et la politique. »

Désormais, la vinification du vignoble de Puchang est gérée, d'après son site Web, par une équipe internationale composée d'un Italien et d'un Français ayant « travaillé dans les grands vignobles du monde entier ». Cette division du travail correspond à un modèle largement adopté qui consiste à assurer un transfert de savoir-faire et à utiliser le prestige des étrangers pour construire la nouvelle notoriété des vins du Xinjiang.

Gérard avait des doutes sur le développement de la viticulture au Xinjiang : « Paradoxalement, je pense que le Xinjiang n'a pas d'avenir pour différentes raisons. Enterrer la vigne l'hiver pose un vrai problème de coût à long terme, et c'est déjà difficile de trouver de la main-d'œuvre. Je ne parle même pas des questions d'irrigation et du manque d'eau. Souvent, les paysans préfèrent abandonner leur terre et aller travailler dans le bâtiment... C'est plus rentable ! »

Comme au Ningxia, l'industrie viticole nécessite une intervention colossale de l'être humain, qui passe par le buttage de la vigne l'hiver et une irrigation artificielle. Un responsable viticole de la région, rencontré à Pékin, soutient que le climat du Xinjiang a ses avantages : « À Bordeaux, ils doivent traiter les vignes à cause de l'humidité. Nous plantons dans des terrains sablonneux vierges de toute autre culture, et le climat sec nous permet de nous passer de traitements phytosanitaires. »

Les autorités et les différents établissements vinicoles du Xinjiang élaborent un discours collectif à partir de l'idée que cette région est à la pointe dans la production d'un vin de qualité et bio. Une œnologue australienne rencontrée à Hong Kong et qui travaille périodiquement au Xinjiang depuis 2009 nuance cet enthousiasme : « Il n'est pas rare de découvrir un millésime antérieur à la plantation de la vigne dans le domaine concerné. Ici, ils ne sont pas très regardants. La plupart coupent leur vin avec du cabernet sauvignon importé en vrac de Bordeaux, du Chili ou d'Australie... Pour l'obtention du label bio, cela repose aussi sur du vent. Il suffit souvent d'acheter et d'apposer ensuite le panneau "bio" ! Mais surtout, je pense que l'on ne met pas du tout le même sens dans le terme bio. Ici, c'est vrai qu'ils ne traitent pas aux pesticides comme en Europe. Il n'y en a pas besoin. Ils utilisent cependant le goutte-à-goutte pour instiller des produits pharmaceutiques, certains introduisent même des hormones et pensent néanmoins qu'ils font du bio. »

La construction de ces vignobles est passée comme ailleurs par un violent processus de changement de statut de la terre. Qiangqiang Luo, Joel Andreas et Yao Li décrivent remarquablement, dans un article du *China Journal*, l'expérience douloureuse de communautés villageoises produisant du riz qui ont été forcées de passer brutalement à l'industrie viticole et de céder leurs terres à un domaine, avec la promesse de mieux gagner leur vie. Ce dernier fait partie de ces nouvelles entreprises ayant un statut singulier en Chine. Ces « têtes de dragon » (*longtou giye*) reçoivent un très fort soutien de l'État et des autorités locales pour obtenir les baux nécessaires sur le foncier, des exonérations fiscales, des emprunts bancaires. Ce transfert de propriété peut être organisé par la municipalité, la communauté villageoise, qui est souvent partenaire lors de la création. Ces entreprises sont actuellement en Chine les principaux agents de l'industrialisation de l'agriculture pour construire un nouvel ordre agricole

(*dingdan nongye*). Le vaste transfert forcé du foncier des paysans vers les entreprises n'est pas une singularité du Xinjiang, et il a provoqué des milliers de jacqueries dans l'ensemble du pays.

Gérard Colin me parlait aussi de l'entreprise Citic Guoan Wine Co Ltd (elle appartient au Citic Guoan Group), une des grandes entreprises viticoles du Xinjiang. Le vignoble est créé en 1997 et la production démarre en 2000, avec un régiment de *bingtuan* qui s'occupe des 10 000 hectares du domaine. Elle a fait appel à des *winemakers* français et australiens pour la vinification. Son site Web précise que l'entreprise est « guidée par la pensée de Xi Jinping pour un socialisme à la chinoise et pour une nouvelle ère³⁶ ».

Si j'avais pu faire ce voyage, j'aurais sans doute poursuivi par la visite du château Changyu Baron Balboa, à Shihezi. J'aurais découvert les 5 000 hectares où, il n'y a encore pas si longtemps, les paysans de la 8^e division des *bingtuan* travaillaient les champs de coton. J'aurais visité son nouveau musée expliquant que le Xinjiang se situe à la même latitude que Bordeaux. J'aurais sans doute écouté le guide expliquer que les Chinois n'ont pas besoin de traiter la vigne, contrairement aux Français. J'aurais certainement eu du mal à discuter avec les ouvriers ouïgours pour connaître leur point de vue sur ce développement exponentiel de la vigne. J'aurais trouvé l'architecture du château Changyu Baron Balboa impressionnante, comme celle des autres châteaux de Changyu que j'ai déjà visités dans le Shandong et le Ningxia – j'aurais même trouvé que les châteaux Afip, Balboa, Moser et autres se ressemblent étrangement.

J'aurais sans doute écouté le manager affirmer comme sur leur site Web que « le Xinjiang, en développant ses vins de château, se tourne vers la production de qualité et aura bientôt les moyens de concurrencer les plus grands vins du monde ».

C'est justement une aventure de ce genre que racontent deux excellents films documentaires, *À la poursuite de madame Li*, d'Anne-Marie Avouac, et *Le Meilleur Vin de Chine*, d'Olivier Pousset, qui permettent de comprendre la violence de cette mise en place de l'industrie viticole. Les deux films ont en commun le personnage de madame Li. Ils relatent l'expérience de trois Français impliqués dans le développement d'un joint-

venture viticole franco-chinois, les Champs d'or, qui se trouve à proximité de la ville de Korla, dans le district autonome mongol. Un architecte et homme d'affaires français, Yves Cathala, s'est associé à deux entrepreneurs chinois : monsieur Zhang Yuchen, patron connu pour avoir construit dans la banlieue de Pékin le château Zhang-Laffitte, réplique de celui de Maisons-Laffitte, et qui détient 20 % des parts des Champs d'or ; et madame Li, femme d'affaires vivant à Korla, qui est actionnaire majoritaire avec 51 %. Au cours de différentes séquences, on découvre que les deux protagonistes chinois sont étroitement liés au Parti et aux autorités locales. L'architecte français, au travers de sa société Blue Panda, possède 29 % des Champs d'or et tente tant bien que mal de travailler avec ses partenaires. De dîners en karaokés, les mésententes, les conflits et les incompréhensions se multiplient. Les questions économiques sont soumises au bon vouloir des différentes personnalités politiques de la région. Yves Cathala a des rapports exécrables avec madame Li, mais espère tout au long du film que son entregent politique va le sortir de ce borbier. L'homme d'affaires pékinois se retire finalement, et les soutiens du gouverneur local s'effritent au profit de l'influence croissante de madame Li.

Ensuite, l'architecte français propose à Benjamin Pousset, jeune diplômé d'œnologie, et à Jacques Maris, vigneron expérimenté, de l'accompagner pour le lancement de l'exploitation. Les Français débarquent sur un site viticole qui compte déjà 400 hectares. Madame Li a l'ambition d'en avoir 3 000 et de produire un vin de château. Le marketing s'appuie sur le slogan « Les vins du désert du Gobi », qui met en valeur le patrimoine géographique, mais ne fait jamais référence à l'histoire ou aux cultures autochtones mongoles et ouïgoures.

Les Français prennent très au sérieux leur mission, mais ils sont rapidement dépassés par les événements. L'expérimenté Jacques Maris s'interroge sur le piteux état de la vigne, malmenée par les vents secs du désert, et exprime très vite sa perplexité face aux initiatives agricoles de l'équipe technique chinoise.

Benjamin, le jeune Français chargé de la vinification, est assisté de David, le fils de madame Li qui a fait des études en France. Il se retrouve à travailler avec des ouvriers kazakhs, mongols et ouïgours, toutes les minorités de la région, qui participent sans grand enthousiasme à ce projet.

L'aventure tourne rapidement au fiasco du point de vue des Français, car les conflits s'accumulent. Ils sont mis à l'écart, et Jacques se lamente : « Les Chinois ne nous écoutent pas... On est des pantins. » Benjamin et Jacques sont la plupart du temps cantonnés dans leur bureau à attendre. « On ne fait rien », se désespère Benjamin au téléphone ; « Ils nous prennent pour des cons », ajoute Jacques.

Un jour, des bus remplis de travailleurs arrivent sur le domaine. On ordonne à Jacques et à Benjamin de ne pas sortir. Ils comprennent qu'il s'agit d'une main-d'œuvre gratuite, « probablement des prisonniers ouïgours » réquisitionnés pour œuvrer dans les vignes, pensent-ils.

Lorsque la femme d'affaires revient sur le domaine, les Français sont mobilisés pour participer à des banquets en présence des autorités locales. Ils assistent notamment à l'inauguration du domaine, où se mélangent musique militaire de l'armée chinoise et chants et danses folkloriques mongols. Madame Li les exhibe en déclarant : « Les Français ont la meilleure technologie et, grâce à eux, nous allons produire le meilleur vin de Chine. » Ils sentent qu'on utilise leur image, et Jacques s'énerve : « J'ai travaillé toute ma vie et je ne suis pas venu ici pour faire des réceptions. »

Les discours s'enchaînent devant des chefs de village venus des alentours. Il faut les persuader d'abandonner le riz ou le coton au profit de la vigne. Madame Li et les notables font de ce vignoble un exemple dans la construction du nouveau rêve chinois.

La vendange est décevante, avec 75 tonnes, comme l'avaient anticipé Benjamin et Jacques. Ce résultat est bien loin des prévisions de madame Li, qui en souhaitait 1 000. Elle s'en moque et achète finalement 900 tonnes de raisin ailleurs pour honorer le plan fixé par les autorités. Depuis, les deux Français sont partis et l'architecte français a renoncé à poursuivre son partenariat.

La viticulture au Xinjiang est indéniablement le lieu où l'obsession de la domestication du monde vivant est poussée à son comble. Certains parlent même d'un monde orwellien pour décrire le contrôle des autorités sur la population et la transformation de la nature. Cette même œnologue australienne, qui a travaillé régulièrement dans la vallée de Korla de 2010 à 2019, me confie : « Depuis 2014, les gens ont changé, on ne voit plus de

barbes, d'habits traditionnels, et tout signe de distinction semble s'être évanoui dans la ville de Korla. Je ne sais pas si je vais continuer à y travailler, car je me sens mal à l'aise par rapport à la situation. »

De fait, les autorités cherchent à contrôler et à maîtriser la circulation des idées, des marchandises ou des personnes. Depuis 2017, les citoyens ouïgours doivent déposer leur passeport auprès des autorités, et ce, afin d'empêcher leur départ intempestif vers certains pays (Turquie, Syrie, Pakistan). Le passeport intérieur (*hoku*), nécessaire pour déménager ou voyager dans le reste du territoire chinois, est délivré avec parcimonie aux citoyens ouïgours. Des étudiants seraient internés depuis leur retour de l'étranger, où ils se trouvaient pour leurs études. L'utilisation de tous les moyens technologiques (reconnaissance faciale, notation numérique...) s'est généralisée pour surveiller la population. Des reportages parlent de familles ouïgoures qui reçoivent ponctuellement la visite de « cousins han », envoyés par le Parti pour vérifier leur fidélité au régime dans l'intimité familiale. Certains viendraient même avec une bouteille de vin à partager pour s'assurer qu'ils boivent de l'alcool et qu'ils ne sont pas trop religieux.

Au Xinjiang comme ailleurs, les autorités veulent faire disparaître les populations rurales et casser ainsi les solidarités traditionnelles. L'État encourage et récompense les mariages mixtes, envoie des jeunes travailler ou étudier dans d'autres régions. Le gouvernement chinois est soupçonné d'avoir mis en place un système de camps de rééducation contre les Ouïgours récalcitrants. Plusieurs ONG et gouvernements accusent les autorités de Pékin d'avoir organisé l'internement de plus d'un million de Ouïgours. Même si les personnes y sont enfermées de force, le gouvernement chinois réfute le terme de prison et parle de camps de formation professionnelle pour lutter contre l'extrémisme religieux. Selon un rapport d'Aspi³⁷, une ONG australienne, depuis 2017, des Ouïgours seraient contraints d'aller travailler dans des usines d'autres régions chinoises. La surveillance se poursuivrait même en dehors du territoire national. Une étudiante ouïgoure qui fait ses études d'œnologie en France me confiait : « Je sais que mes parents sont sous pression, je suis surveillée et j'ai peur... J'ai été contactée par des agents, ils sont très intrusifs. »

Cette obsession du contrôle se manifeste aussi par la transformation de la nature à travers le développement à marche forcée d'une culture viticole verte. L'écologie sert à justifier l'intervention croissante du pouvoir sur la nature.

Les nouveaux châteaux vinicoles deviennent des lieux où la nomenclature chinoise vient se reposer et adopter de nouvelles conduites sociales. La consommation de vin apparaît comme une nouvelle forme de « civilisation des mœurs » : les membres du Parti doivent désormais savoir se tenir et boire avec finesse et délicatesse.

Au-delà de la viticulture, le Xinjiang est actuellement un chantier à ciel ouvert. L'objectif de Pékin n'est pas tourné contre les Ouïgours, mais les autorités veulent uniformiser la société, transformer la nature pour voir émerger l'Homme nouveau chinois dans un monde naturel domestiqué inédit.

Un soir, Gérard Colin a évoqué les multiples chantiers entrepris au Xinjiang. Des infrastructures routières et ferroviaires devant traverser le territoire chinois font partie d'un vaste projet visant à relier la Chine aux autres continents. Cette nouvelle route de la soie connecte désormais la Chine à l'Europe, jusqu'à Duisbourg et Lyon, pour affréter les marchandises chinoises. Elle permet d'éviter les longs voyages maritimes (quatre à cinq semaines) et de rejoindre en seulement treize jours le continent européen. La conquête à l'ouest ne s'arrête pas au Xinjiang, elle se poursuit au-delà du territoire chinois pour gagner l'Europe. Certains vignerons français espèrent bien que des trains repartiront un jour vers la Chine remplis de bouteilles françaises. Pour l'instant, la balance commerciale est largement déficitaire. Les trains, complets à l'aller, viennent inonder nos supermarchés et repartent avant tout avec des voitures et des machines-outils allemandes et quelques produits français...

³³ Norbert, « Le Xinjiang construira davantage de vignobles », *French China*, 27 juin 2019 (http://french.china.org.cn/business/txt/2019-06/27/content_74928099.htm).

³⁴ James Millward, « "Reeducating" Xinjiang's Muslims », *The New York Review*, 7 février 2019

(<https://www.nybooks.com/articles/2019/02/07/reeducating-xinjiangs-muslims/>).

[35](#) Li Demei, « Chinese wine regions: 2017 vintage report – Xinjiang, Yunnan, Shanxi, Gansu and Northeast China », DecanterChina.com, 29 mars 2018 (<https://www.decanterchina.com/en/columns/demeis-view-wine-communication-from-a-chinese-winemaker/chinese-wine-regions-2017-vintage-report-xinjiang-yunnan-shanxi-gansu-and-northeast-china>).

[36](#) <http://www.guoan.citic.com/en/About/default.shtml>

[37](#) Vicky Xiuzhong Xu, Danielle Cave, Dr James Leibold, Kelsey Munro et Nathan Ruser, « Uyghurs for sale », Australian Strategic Policy Institute, 1^{er} mars 2020 (<https://www.aspi.org.au/report/uyghurs-sale>).

OceanofPDF.com

Taila International Ecological Area

En 2015, je retrouve Gérard Colin dans le Shandong, près de Weihai, où je vais séjourner pendant plusieurs semaines pour le tournage de mon film documentaire afin de mieux comprendre l'émergence des vins de château. Dans la voiture, Gérard me raconte sa nouvelle vie. Il semble ravi d'avoir quitté le domaine des Rothschild ; il travaille désormais pour Chen Chunmeng, un self-made-man à la chinoise.

Chen est un enfant du pays, mais il réside à Singapour et ne vient que sporadiquement sur le domaine. Cet ancien cuisinier aurait bâti sa fortune dans l'immobilier et serait propriétaire de plusieurs hôtels sur l'île de Hainan, connue pour être le lieu de villégiature privilégié des milliardaires chinois. Gérard m'explique : « Je ne pose pas trop de questions, mais c'est clair qu'il est aussi très lié à ce que j'appelle les visiteurs du soir, les gens du Parti. Ici, il est toujours difficile de comprendre l'ascension sociale d'une personne et les moyens dont elle dispose. En tout cas, tu verras qu'il est redoutable et très sympathique. »

Un immense panneau publicitaire représentant Gérard entouré de vignes et de châteaux annonce notre arrivée au Taila International Chateau Ecological Culture Area, à Rushan, dans la province de Shandong. Un garde en uniforme lève la barrière. Nous pénétrons dans le domaine par une route au bitume flambant neuf et nous apercevons d'immenses parcelles de vigne à perte de vue. Ici, pour palisser la vigne, de gros poteaux de ciment remplacent les traditionnels piquets de bois que nous

connaissions en Europe. De loin, j'ai l'impression de traverser un vaste cimetière militaire de la Première Guerre mondiale, croix blanches alignés sur un tapis vert.

De jeunes arbres récemment plantés bordent la route desservant plusieurs bâtiments, dont la plupart sont en cours de construction. Gérard semble complètement fasciné, et en même temps perdu, par la taille du projet : « Alors, tu as vu, c'est hallucinant ! L'objectif de Chen est de construire trois cents châteaux, mais je ne sais plus exactement, je perds un peu la boussole, ici. Celui-ci est plutôt d'inspiration florentine, l'autre, là-bas, c'est plutôt allemand. Il a rapporté une photo après un voyage pour demander à l'architecte de s'en inspirer. »

Nous découvrons effectivement un projet œnotouristique aux dimensions inhabituelles pour un Européen. Taila s'étend sur 3 500 hectares, autour d'un lac artificiel. Deux architectes canadiens ont conçu le projet qui devrait à terme accueillir quelque trois cents bâtiments et 2 000 hectares de vignes pour un investissement total de 10 milliards de yuans.

Les trente premiers châteaux sont en construction, alors que 200 hectares de vignes sont déjà en production. À l'approche d'un grand bâtiment, Gérard s'exclame : « *My name is James Bond* ; nous voilà arrivés au château 007, mon lieu de résidence. »

Sur l'esplanade, des salariés en uniforme rouge s'affairent autour d'un Hummer. Ils sont en train de poser un immense autocollant à l'effigie de Gérard sur la carrosserie de la limousine blanche. Elle sera bientôt proposée à la location pour les mariages. Gérard gare son 4×4 à côté d'une Rolls-Royce bleue. Le ton est donné.

Le château 007 est en fait un hôtel, dans lequel Gérard occupe une chambre VIP. Il bénéficie de tous les services de restauration, et notamment de celui du chef cuisinier. Il se plaint d'ailleurs d'avoir pris quelques kilos depuis son arrivée. Dans le lobby, deux armures médiévales trônent autour d'une porte en bois moderne. Derrière le comptoir, deux hôtesses en tailleur bordeaux me souhaitent la bienvenue, me demandent mon passeport, puis m'indiquent ma chambre. Le bâtiment est doté d'une vingtaine de chambres, d'un restaurant, d'un spa, d'un cinéma, d'une salle de billard, d'une salle de massage.

Les premiers jours, j'éprouve une étrange sensation en déambulant dans ce bâtiment. Son atmosphère ne correspond pas à notre univers esthétique, même si elle s'en inspire. Des matériaux nobles ont été associés à des matières plus modernes : si les sols sont en marbre, les fenêtres sont en PVC et certains murs en placoplatre, et les luminaires projettent une lumière blafarde sur les différents tableaux accrochés un peu partout. L'ensemble produit un paysage sonore singulier, où le moindre son résonne. Si la Rolls-Royce garée sur le parking est bien ancienne, je perçois aux couleurs criardes que les toiles accrochées aux murs des couloirs sont des copies récentes. Elles représentent des paysages ruraux européens d'un autre temps.

J'arrive à une période calme de l'année pour Gérard, qui peut ainsi nous organiser une visite du domaine sur plusieurs jours. Nous découvrons à bord de sa voiture de golf électrique les installations de loisirs (practice, terrains de tennis, salle de gym) et les différents bâtiments en construction. Un restaurant à proximité du lac accueillera des mariages et des anniversaires. La réplique d'une chapelle chrétienne a été érigée à proximité du restaurant pour la célébration de noces ou pour les jeunes couples souhaitant faire quelques photos le temps de leur passage. Ces différents lieux sont agrémentés de photo de Gérard, un verre à la main, et de sa signature. L'ancien *master of wine* de chez Lafite incarne le prestige, et son image est omniprésente dans la communication du domaine Taila.

Quelques caravanes décorées à l'effigie de Gérard sont disséminées sur la propriété. Elles seront bientôt disponibles à la location pour une clientèle souhaitant venir s'y reposer quelques jours. Gérard ouvre la porte de l'une d'entre elles. Deux salariés, terriblement gênés, sortent en se rhabillant. Gérard s'en amuse : « Ce n'est pourtant pas l'heure de la pause ! Bon, qu'ils en profitent... Elles sont inoccupées, de toute façon. »

Pour le moment, le vaste parc œnotouristique est vide, et seuls quelques employés sont là, à attendre impatiemment la future clientèle.

Je vais bientôt faire la connaissance du propriétaire des lieux, qui est annoncé pour le lendemain matin. Le mot « propriétaire » n'est peut-être pas le bon terme, car il n'y a pas de propriété privée en Chine. Chen est directeur de la société détentrice d'un bail de quarante-neuf ans. Cette entreprise est constituée de plusieurs actionnaires. Il est toutefois impossible d'en savoir davantage, tant sur leur identité que sur leurs

sources de financement. Gérard me prévient qu'il sera difficile d'amener Chen sur ce terrain-là et précise seulement que son réseau est solide, qu'il bénéficie du soutien des autorités locales et des banques d'État. Son projet s'inscrit dans la politique du gouvernement, qui souhaite voir émerger cette nouvelle agriculture associée à une économie touristique. Il me précise que Chen est membre d'une assemblée politique consultative à Pékin qui réunit des hommes d'affaires et des personnes de la société civile. Je n'en saurai guère plus.

Cette question de la propriété se reflète dans son rapport au lieu. Monsieur Chen n'y habite pas et, lorsqu'il vient, il occupe une des suites de l'hôtel.

Nous avons rendez-vous avec lui au petit matin. Après plusieurs heures d'attente, le néovigneron finit par arriver en s'excusant de son retard. Il s'est couché très tard et nous prévient qu'il a une horrible gueule de bois : « J'avais un dîner avec les responsables locaux du projet, nous avons bu du vin, mais comme du *baiju* ! » Il nous propose de le suivre dans le lobby de l'hôtel pour discuter de son projet. Un écran géant de télévision diffuse en boucle un reportage sur l'une des chaînes de CCTV, un groupe audiovisuel chinois, où l'on peut voir Gérard et Chen orchestrant le temps des vendanges sur le domaine.

Il allume une immense maquette disposée au pied d'une statue, un nu monumental en marbre entouré par deux colonnes de vague inspiration gréco-latine. La maquette s'éclaire et s'anime. On reconnaît la route et les vignobles aperçus à l'arrivée. De petits châteaux clignotent sur un tapis vert représentant les futures parcelles. Des bateaux voguent sur le lac bleu, tandis qu'une foule est rassemblée devant l'église pour un mariage. La nature apparaît comme un objet entièrement domestiqué, avec ses rangs de vigne bien alignés, ses allées et jardins bien structurés. Monsieur Chen nous explique : « Voilà mon projet, je veux construire le plus grand vignoble de qualité en Chine. » Son concept fonctionne comme un club : les investisseurs ont droit à un quota de bouteilles et peuvent louer un des châteaux pour un bail de dix à vingt ans.

Selon lui, le domaine dispose de tous les équipements pour les élites urbaines qui souhaitent venir se détendre dans un cadre naturel. De plus, les futurs clients pourront venir assister à des manifestations liées à l'univers de la viticulture. « Les Chinois s'intéressent de plus en plus à la

campagne. C'est comme un retour à la nature. Nous voulons que les vendanges deviennent une fête, une sorte de spectacle pour nos membres. Ils viendront y participer avec leur famille et leurs amis. »

Il nous invite à le suivre pour continuer la conversation. Les portes d'un ascenseur s'ouvrent sur un tapis rouge orné du sigle doré 007. Nous montons au premier étage pour arriver dans un salon décoré avec un mobilier neuf au style ancien. Nous prenons place sur deux canapés surplombés d'un grand tableau représentant une famille européenne en habits médiévaux. Monsieur Chen m'explique l'avoir commandé à un peintre de la région à qui il a montré quelques photos à son retour d'un voyage en Europe. Son fils, qui vit avec lui à Singapour, nous a rejoints, ainsi que ses parents qui habitent non loin de là, dans la ville de Rushan. Ils sont habillés modestement et semblent mal à l'aise dans ce décor flamboyant neuf. Pour se détendre, la mère allume une cigarette offerte par Gérard. Ils tiennent maladroitement leur verre de vin et attendent patiemment en silence la fin du discours de leur fils pour se retirer. Monsieur Chen poursuit ses explications par le truchement de sa traductrice : « Pour nous, le vin, c'est l'Europe, c'est la France, c'est surtout Bordeaux. J'ai d'abord cherché un lieu et ici, c'est idéal, car nous sommes à la même latitude que Bordeaux ! » Il prend Gérard par la main et poursuit : « J'avais besoin d'un spécialiste, et Gérard était très connu en Chine, car il a construit le vignoble de Lafite, ici. Pour nous, Gérard est l'empereur du vin en Chine. »

Derrière le canapé, une photo le montre à Lyon aux côtés du président Xi Jinping, lors de sa visite officielle en France. J'essaie de lui poser quelques questions sur son parcours et ses affaires, sans succès. Nous passons ensuite sur la terrasse pour profiter de la vue. Le chant des oiseaux se mêle au bruit des machines devant un bâtiment en construction qui fait face au château 007. Deux grues entourent l'édifice en béton. Gérard interpelle son patron : « Et ce château-là, quand est-ce qu'il sera terminé ? » Monsieur Chen répond avec assurance : « Dans moins de trois mois, et ce sera notre château pour le rosé... C'est ça, le rêve chinois ! » Le rêve chinois (*zhongguo meng*), ce slogan popularisé par Xi Jinping, est un mélange de réformes politiques et de nationalisme pour construire un avenir glorieux fondé sur les douze valeurs socialistes fondamentales et les intérêts nationaux de la Chine.

Le lendemain matin, je suis réveillé par le carillon électronique de l'horloge du château, qui reprend la musique de Big Ben à Londres. Il est temps d'aller rejoindre Gérard à son bureau, qui se trouve à côté d'un autre château d'inspiration gothique, avec ses toitures en ardoises en cours d'achèvement. Les rangées de buis du futur jardin à la française ont déjà été plantées, et un camion-toupie déverse du béton qu'une dizaine d'ouvriers s'empressent d'étaler dans les allées.

Nous visitons le chai, doté d'un équipement neuf avec ses cuves en inox venues d'Italie. Nous traversons le caveau de vinification, où s'alignent des centaines de barriques venues de France. Gérard a rendez-vous avec son équipe pour une dégustation. Il souhaite comparer deux vins pour évaluer le temps d'élevage nécessaire. Son assistant trempe la pipette et remplit deux verres. Gérard goûte et s'estime satisfait par les douze mois d'élevage. Il interpelle son assistant et lui demande son avis. « C'est acide », juge ce dernier. « C'est acide, ça ? Moi, je trouve cela élégant, avec des tanins soyeux », lui répond Gérard. Il lui recommande de goûter le vin en oubliant les règles apprises à l'école, pour le sentir avec ses émotions.

Un peu plus loin, nous tombons sur la même excentricité que j'ai déjà vue ailleurs : de petits compartiments fermés derrière une grille accueillent quelques bouteilles. Sur chacun figure un portrait avec le nom et la fonction de la personne. Un acteur, une chanteuse, un général de l'armée... Gérard commente : « C'est amusant, leur manie. »

Un soir, nous sommes invités à dîner en présence du patron et de quelques invités. La salle à manger ressemble à un pavillon de chasse. En entrant, je m'approche de la cheminée, qui en fait n'en est pas une, pour contempler la tête de cervidé qui la surplombe. L'apparence était trompeuse : le trophée de chasse est une reproduction en peluche.

Le dîner se déroule autour d'une table ronde monumentale. Le plan de table obéit à une logique bien précise. Gérard m'explique que la place de la personne la plus importante est indiquée par une serviette qui se dresse dans un verre. Ce soir, il s'agit d'un jeune cadre du Parti de la région. Il y a une préséance bien établie, le vigneron bordelais est assis à la droite du patron et l'invité de marque se trouve en face. Les autres places sont

attribuées selon le rang de chacun. Au moment de s'asseoir, il se joue un jeu de chaises musicales, certains voulant céder leur place à celui qu'ils veulent honorer.

Les plats sont servis peu à peu, et les impressions de Gérard sur le chef se confirment : le repas est délicieux. Nous buvons les vins du domaine à la chinoise : cul sec, après un discours. Notre hôte porte les trois premiers toasts, puis un ballet incessant se prolonge, où chacun est invité à s'exprimer et à faire *gambei*. Je me souviens alors des récits de Thomas et de Jérôme sur les dîners interminables avec leur clientèle. Après avoir bu jusqu'au bout de la nuit, j'ai du mal à regagner ma chambre.

Le lendemain, Gérard m'amène au marché pour découvrir ce qui reste de la Chine rurale. Les marchands y vendent des légumes, des fruits, de la viande ou du poisson. La taille de certains légumes attire mon attention. Les haricots verts peuvent faire un mètre de long, les pommes sont énormes. Gérard me confirme qu'il faut éviter ce type de fruits et légumes. Beaucoup d'agriculteurs utilisent des hormones de croissance pour booster leur production.

Nous allons être rapidement confrontés à cette question à notre retour. L'après-midi, j'accompagne Gérard sur une des parcelles où il mène une expérimentation pour développer de nouveaux cépages et tester une manière inédite de les tailler. Il ne s'occupe plus de la viticulture sur le domaine, mais souhaite néanmoins superviser quelques essais pour lesquels il a obtenu une parcelle.

Nous passons non loin du château 007, où des dizaines de mobylettes sont garées devant une baraque modeste. C'est le quartier général des ouvriers du domaine, m'apprend Gérard. Il a très peu de contacts avec ces salariés, qui habitent la ville de Rushan. Les équipes viticoles sont reconnaissables à leur uniforme bleu. Elles sont sous l'autorité du chef de culture et celui-ci travaille en étroite collaboration avec l'université d'agronomie de Pékin, qui développe tout un ensemble de nouvelles méthodes. Gérard s'en méfie et préfère ne pas savoir ce qu'ils font vraiment.

Gérard est toujours suivi de Sophie, sa fidèle traductrice, et de son assistant, habillé en rouge. Nous nous arrêtons au bord de la route pour gagner la parcelle expérimentale et, très rapidement, nous sommes rejoints

par le chef de culture, habillé en bleu, qui semble inquiet de la présence de Gérard dans les vignes.

Le vieux vigneron observe méthodiquement les pieds qui viennent d'être taillés et conclut : « C'est taillé un peu n'importe comment, les cordons sont trop longs, la logique est encore de favoriser la quantité. J'ai beau leur montrer sur quelques pieds de vigne, rien n'y fait. » Il pense qu'il faudra encore du temps pour changer certaines pratiques agricoles et ajoute, philosophe : « On ne peut pas tout changer du jour au lendemain, cela me rappelle les résistances des viticulteurs du Midi quand ils ont dû cesser de faire pisser la vigne pour baisser les rendements. »

Un peu plus loin, nous croisons deux jeunes agronomes accroupis dans les vignes pour mesurer la taille des raisins en formation à l'aide d'outils. Gérard comprend qu'ils vaporisent la parcelle avec des hormones et sont en train de calculer la croissance des raisins. Il perd patience et s'adresse au responsable en tunique bleue : « Il faut arrêter ! Ils me foutent des hormones, ces cons. Ça donne de gros raisins qui n'ont pas de goût. Allez mettre ça ailleurs, mais pas dans ma parcelle ! »

Devant nous, l'homme tente de garder le sourire et lève le pouce pour signifier qu'il a compris : « OK, OK, *mei wenti, mei wenti* [pas de problème]. » Gérard ne décolère pas : « *Mei wenti, mei wenti*, c'est toujours pareil avec toi, c'est toujours OK. J'en ai marre. Nous, ici, on ne cherche pas le rendement. C'est pas le but... » Sophie traduit calmement le discours de Gérard au chef de culture, qui ne bronche pas. Nous regagnons la petite voiture électrique au bord du champ dans un silence glacial.

De retour au bureau, Gérard feuillette un ouvrage d'agriculture pour retrouver les noms des hormones données par les ingénieurs. « En fait, ces boosters de croissance sont visiblement couramment utilisés sur les kiwis, les poiriers, les cognassiers et les légumes en Chine. Cela devrait être indiqué, si tu bouffes des trucs aux hormones... Je pars du principe que moins on en met, mieux c'est. En fait, je me retrouve toujours dans une situation où il y a déjà une équipe technique qui fait ce qu'elle veut. » Son plus gros problème, c'est de faire comprendre qu'il y a une relation étroite entre la qualité du raisin et le vin produit. Mais il a renoncé à s'occuper de viticulture et préfère concentrer son travail sur son expertise en vinification.

C'est l'occasion d'entamer une discussion avec le vieux vigneron bordelais sur la signification des notions « écologique » ou « biologique », prépondérantes dans les différents vins de château que j'ai pu observer en Chine. La référence à l'écologie mise en avant par Taila garantit une zone qui se distingue de l'agro-industrie, ce qui en fait un lieu propice au tourisme. Les techniques viticoles seraient « bio » et utiliseraient peu de produits de traitement (pesticides, fongicides, insecticides). Gérard rappelle que la région du Shandong est particulièrement humide et pluvieuse, ce qui nécessite de traiter la vigne très fréquemment. Ces zones écologiques apparaissent alors comme des formes très poussées de domestication de la nature en cela qu'elles privilégient une monoculture intensive où l'intervention humaine est omniprésente.

Quelques instants plus tard, une information tombe : le domaine Taila vient d'obtenir la médaille d'or pour un de ses vins au Concours mondial de Bruxelles. C'est l'effervescence et l'incident de ce matin semble déjà oublié. Il faut vite annoncer la bonne nouvelle au patron.

OceanofPDF.com

La Chine à Bordeaux

Les Chinois auraient pu se contenter de faire du vin sur leur vaste espace, mais ils partent désormais à la conquête de territoires viticoles au-delà de leurs frontières. Depuis son adhésion à l'Organisation mondiale du commerce, le 11 décembre 2001, la Chine se projette dans la mondialisation à travers des investisseurs qui veulent notamment s'implanter au cœur de la capitale mondiale du vin.

Ce matin de juin 2019, mon train quitte la gare Montparnasse en direction de Bordeaux. Je partage ma voiture avec un imposant groupe de touristes venus de Pékin. Rapidement, les uns et les autres s'endorment. J'engage la conversation avec leur guide, qui m'explique que leur bref séjour touristique en Europe est épuisant : ils passent deux jours à Londres, deux jours à Paris et ne resteront qu'une journée à Bordeaux. Ils font partie de ces citoyens privilégiés qui ont désormais le droit de voyager dans le monde. Ces touristes veulent découvrir les paysages viticoles et les châteaux légendaires du Bordelais. Si la société chinoise consomme encore peu de vin, cette boisson exotique les fascine. Les grands crus incarnent l'image de Bordeaux et sont largement associés à l'univers du luxe, même s'ils ne représentent que 5 % du volume de la production.

Depuis quelque temps, des nouveaux riches chinois débarquent dans la région bordelaise. Autorisation d'investir à l'étranger en poche, ils se lancent dans l'acquisition de propriétés.

Le Bordelais vit de plus en plus à l'heure chinoise : en effet, le récent *wine rush* venu d'Asie en fait un des tout premiers marchés et vient consacrer sa suprématie mondiale.

J'arrive à la gare Saint-Jean où je récupère un véhicule de location. Je longe rapidement les quais de la Garonne. Cette proximité maritime, avec l'estuaire de la Gironde et son port accessible aux navires de haute mer, a permis à Bordeaux de construire une route commerciale mondiale pour exporter ses vins, en s'appuyant sur des négociants britanniques qui ont fini par s'installer dans la région. Dès le XIX^e siècle, la ville a été marquée par le cosmopolitisme de ces négociants venus de loin. Les grands crus rencontraient alors un succès mondial, car la région bordelaise réussissait à fournir en quantité du vin de qualité aux bourgeoisies française, britannique et américaine, qui avaient alors un accès limité aux bourgogne, davantage appréciés par l'aristocratie, de Versailles à l'Europe du Nord. Bordeaux s'est imposé grâce à ces négociants qui ont su fédérer les multiples vignobles qui s'étendaient autour de la ville et diffuser leurs vins à l'échelle mondiale.

Depuis, le quai des Chartrons, qui a longtemps été le cœur historique de ce commerce, a été transformé en quartier branché où fleurissent restaurants et bars pour jeunes urbains et touristes. Certains lieux de stockage se sont déplacés à l'extérieur de la ville, voire bien plus loin, comme le port franc de Genève, où les bouteilles sont entreposées parmi une multitude d'autres objets de luxe (œuvres d'art, joaillerie, voitures, etc.) que s'échangent les grandes fortunes du monde entier³⁸.

C'est désormais toute la région bordelaise qui se mobilise pour fournir des vins au gigantesque marché chinois et à ses centaines de millions de consommateurs potentiels.

Pour les Bordelais, le vin ne se limite plus à une simple marchandise qui s'exporte, il est devenu un objet culturel dont il faut raconter l'histoire pour susciter l'intérêt.

Je vais d'abord visiter la Cité du vin. Cet édifice monumental trône désormais en majesté au cœur de la ville, venant concurrencer le clocher de la cathédrale Saint-André. Avec sa tour en forme de bouteille, ce musée

d'un nouveau genre doit incarner la puissance bordelaise. La Cité du vin est un des leviers majeurs de la politique de la Ville, qui veut attirer et accueillir des touristes du monde entier. La capitale girondine porte une attention particulière à la Chine. Elle est par exemple jumelée avec la ville de Wuhan et ses 10 millions d'habitants. Depuis 2009, diverses instances locales, dont la chambre d'agriculture de la Gironde, y organisent le Festival des vins de Bordeaux et d'Aquitaine. La Cité du vin a par ailleurs signé un partenariat pour construire, dans la banlieue de Pékin, un Musée universel du vin, dans l'idée de promouvoir la transition écologique.

Les vins de Bordeaux génèrent un flux important de touristes voulant découvrir leurs paysages, les hommes et les femmes qui fabriquent cette boisson mondialement connue. Le classement du port bordelais de la Lune au patrimoine mondial de l'Unesco, en 2007, est venu parachever une stratégie visant à conforter le tourisme comme un des piliers de l'économie locale.

Je suis à Bordeaux pour assister une nouvelle fois à la grande foire internationale de Vinexpo, qui se tiendra au parc des expositions. J'arrive quelques jours avant pour sillonner la région. Les Girondins séparent traditionnellement leurs vignobles en deux ensembles : la rive gauche de la Gironde, où le vignoble s'étend sur les appellations du haut Médoc (listrac, moulis, saint-julien, pauillac et saint-estèphe), du Médoc, des Graves et du Sauternais ; et la rive droite, avec ses paysages plus vallonnés et ses sols calcaires, qui comprend les vignobles de Saint-Émilion, de Fronsac et de Pomerol.

Avant de gagner la rive gauche et le haut Médoc, je dois traverser la métropole bordelaise, qui s'est beaucoup développée ces trente dernières années. Elle compte presque un million d'habitants et ne cesse de s'étendre, avec la multiplication de projets immobiliers qui font reculer les campagnes. Je me trouve pris dans des bouchons interminables. Les bourgs viticoles de la région sont devenus des villages-dortoirs dans lesquels des lotissements pavillonnaires hébergent des néoruraux travaillant dans la capitale régionale. Les activités rurales sont désormais marginales dans la vie villageoise et se partagent entre viticulture et œnotourisme. Malgré cette urbanisation croissante de l'espace, la région garde une capacité importante de production assez importante pour

satisfaire la demande mondiale. Il faut plusieurs jours pour découvrir ses 100 000 hectares de vignobles qui s'étendent sur différentes appellations, parfois à plus d'une cinquantaine de kilomètres de la ville.

La circulation se fluidifie peu à peu et je finis par rejoindre la D2. Cette route départementale, qui longe l'estuaire de la Gironde, traverse des villages connus du monde entier : Margaux, Pauillac, Saint-Estèphe... Avant de devenir ce paysage viticole prestigieux, le Médoc a longtemps été considéré comme une terre hostile à la présence humaine (« Médoc » viendrait de *Medulicus pagus*, qui signifie « pays entre les eaux »), cette région ayant été longtemps occupée par des marais inhospitaliers. C'est le roi Henri IV qui le premier a entrepris leur assèchement en confiant à des marchands hollandais ce travail ingrat. Aux XVIII^e et XIX^e siècles, une politique de boisement et le développement de la viticulture ont permis de mieux contrôler et de domestiquer cette région.

Aujourd'hui, le Médoc, avec son paysage viticole très ordonné, incarne une forme contemporaine de domestication très poussée de la nature par l'être humain, caractérisée par une lente expansion de la monoculture viticole et le recul des autres activités (chasse, cueillette et pêche) encore pratiquées par une partie de la population rurale, devenue minoritaire.

La D2 est la route touristique des grands crus. Je traverse les villages, puis j'aperçois les châteaux entourés de vignobles à la symétrie parfaite. Les domaines sont clôturés par de vastes murs en pierres et fermés par d'imposantes grilles en fer forgé. Je passe devant les bâtiments des châteaux Lafite, Latour, Mouton Rothschild et Pichon-Longueville. Dans la plupart de ces domaines, les portes sont closes et les visites ne s'organisent que sur rendez-vous.

Les châteaux du Médoc ont été un élément important dans la construction du discours collectif qui a permis aux grands crus d'acquérir une telle notoriété. Cet imaginaire puise dans l'éloge de la tradition. Pourtant, la relation intrinsèque entre un domaine viticole familial et sa région s'est considérablement transformée, et la division du travail entraîne des relations sociales complexes.

Ces demeures ne sont plus habitées par leurs propriétaires, qui résident le plus souvent à Paris, à Genève, à Bruxelles ou à Londres. Les fondés de pouvoir et les directeurs techniques y travaillent, tout en habitant

Bordeaux ou Paris qu'ils regagnent le week-end. Au moment de la taille et des vendanges, de nombreux domaines font appel à des prestataires de services fournissant clés en main des équipes de travailleurs saisonniers venus de loin (Portugal, Maroc, pays de l'Est...).

Le prix du foncier a connu une flambée spectaculaire, conduisant à une financiarisation des entreprises viticoles. Certains propriétaires font partie d'une élite itinérante, ils parcourent le monde en permanence pour leurs différentes activités. Ils sont parfois propriétaires dans d'autres régions françaises et à l'étranger, et œuvrent dans d'autres secteurs économiques.

C'est le cas de la famille Rothschild, dont la société DBR (Domaines Barons de Rothschild) possède le prestigieux Lafite, des domaines dans le Languedoc, au Chili, en Californie et en Chine, parallèlement à d'autres activités dans le monde de la finance. Il en est de même pour Bernard Arnault, qui contrôle avec sa société LVMH quelques grands domaines dans le Médoc (Yquem, Cheval Blanc), mais aussi en Champagne (Dom Pérignon, Krug, Veuve Clicquot), en Bourgogne (Clos des Lambrays) et en Chine (Ao Yun). Ce phénomène de concentration capitalistique de la viticulture dépasse le prestigieux Médoc. Ainsi, le groupe Castel possède treize châteaux dans le Bordelais, tout en étant présent dans d'autres régions françaises et à l'étranger. Il contrôle par ailleurs la puissante chaîne de cavistes Nicolas et s'implique dans le domaine de la bière et de l'alcool en Afrique. La famille Rouzaud, historiquement liée à la Champagne, avec sa marque Roederer, possède depuis peu des domaines dans le Bordelais (Château Pichon Longueville Comtesse de Lalande) et en Provence (domaines Ott). François Pinault, déjà propriétaire des Château Latour dans le Bordelais, a acheté, via Artémis Domaines, le Clos de Tart en Bourgogne et le vignoble de Château-Grillet dans la vallée du Rhône. Bernard Magrez, qui a construit sa fortune avec des vins pour supermarché, s'est acheté une notoriété avec l'acquisition de Château Pape Clément et du domaine de Fombrauge ; par ailleurs, il possède aujourd'hui plus d'une vingtaine de vignobles à l'étranger.

Ce phénomène de financiarisation de l'économie provoque un changement d'échelle dans l'organisation de la production viticole et réduit l'opposition symbolique qui a pu exister entre le Bordelais et la Bourgogne. L'augmentation du foncier viticole modifie le rapport social

entre les individus et la terre. Les deux régions sont toutes les deux concernées, et les domaines deviennent de plus en plus des marques dissociées d'une histoire familiale implantée localement.

Depuis le ^{xix}^e siècle, le vignoble bordelais est un lieu où s'expriment les évolutions du pouvoir politique et économique. Des entrepreneurs viennent y afficher leur réussite. L'immersion dans le haut Médoc permet de découvrir ces investissements financiers colossaux, qui se manifestent par une surenchère dans la construction de nouveaux bâtiments signés par des architectes mondialement connus. Désormais, le vin doit se voir autant qu'il se boit. L'alliance entre l'architecture, l'art et l'industrie contribue à constituer un imaginaire associant le vin à une marchandise de luxe. Ainsi, s'inspirant d'expériences californiennes ou espagnoles où des architectes comme Frank Gehry ont construit hôtels et chais contemporains pour développer l'œnotourisme, Éric de Rothschild reprend cette dynamique dès 1985 au château Lafite, en faisant appel à Ricardo Bofill pour réaliser un chai circulaire ultramoderne. Cette démarche, le propriétaire du Château Cos d'Estournel la reconnaît dans une interview au journal *Le Monde* : « Historiquement, le Bordelais a toujours été un lieu où s'exprimait le pouvoir politique et économique. Des gens qui avaient réussi, en France ou à l'étranger, venaient ici se faire plaisir et afficher leur succès. Cette histoire dure depuis le ^{xviii}^e siècle et se poursuit encore aujourd'hui³⁹. »

C'était déjà d'ailleurs le cas de l'ancien propriétaire de Cos d'Estournel : fortune faite dans le commerce, il fit construire divers bâtiments exotiques rappelant son ancrage dans les comptoirs coloniaux français. Le nouveau propriétaire, Michel Reybier (ce Français résidant en Suisse a fait fortune dans l'industrie de la charcuterie), a confié à Jean-Michel Wilmotte la construction d'un chai extrêmement pointu sur le plan technologique. Parmi les différents domaines qu'il possède – en Champagne, en Hongrie (région de Tokay)... –, Cos d'Estournel en est le joyau. Il a par ailleurs investi dans l'hôtellerie de luxe. De son côté, Bernard Arnault a confié à Christian de Portzamparc la construction du « nouvel atelier du vin » du domaine Cheval Blanc, et Norman Foster a conçu le nouveau chai du château Margaux, propriété de Corinne Mentzelopoulos... Et les hôtels sur les domaines viticoles se multiplient dans la région.

Cette situation implique un changement du rapport à la terre, avec l'idée que le vin est désormais associé à la notoriété des bâtiments. Ces nouveaux chais et établissements de standing s'érigent dans le haut Médoc comme une myriade de cathédrales du capitalisme, au centre d'un paysage viticole où se déploie une nouvelle forme d'œnotourisme. Les nombreux hôtels de luxe doivent pouvoir accueillir la nouvelle clientèle venant séjourner dans le Bordelais. Pour le moment, aucun des châteaux prestigieux du Médoc n'a été vendu à un Chinois. Ils demeurent le privilège des grandes fortunes françaises et de quelques Européens. Je croise dans les chais de ces grands domaines de nombreux étudiants stagiaires chinois, qui effectuent ce que l'on appelle dans leur pays leur période de « finissage », consistant à parfaire son éducation par un séjour en Europe pour s'imprégner du savoir-faire occidental, afin de revenir chez soi mieux pourvu. Certains sont étudiants dans les écoles d'œnologie de Bordeaux, de Montpellier ou de Dijon, d'autres dans des *business schools* pour se familiariser avec les techniques du commerce international. Un maître de chai me dit : « Ils sont nombreux à travailler dans la région. C'est l'occasion pour nous de mieux connaître ce marché, de comprendre leur goût. Et certains d'entre eux vont rentrer en Chine pour parler de Bordeaux et des vins français. »

Le lendemain, je poursuis ma visite en passant sur la rive droite. À Saint-Émilion, Gérard Perse, qui a fait fortune dans la grande distribution, a confié à l'architecte Alberto Pinto la conception du nouveau chai du château Pavie. Outre un hôtel dans le même village, il possède des magasins de vins et plus de cinq châteaux dans le Bordelais. Un peu plus loin, le château Angélus d'Hubert de Boüard n'est pas en reste, avec la construction de son fameux carillon ultramoderne pouvant jouer tous les hymnes nationaux du monde. Au-delà, à Pomerol, le domaine de Château Le Pin a fait construire son chai par les architectes flamands Paul Robbrecht et Hilde Daem. Cette tendance estompe peu à peu les différences qui existaient entre les propriétaires de la rive droite et ceux de la rive gauche. Le Bordelais est historiquement un territoire d'investissement international venu de l'extérieur, de Paris, de Grande-Bretagne, de Belgique, d'Angleterre, des États-Unis ou du Japon. C'est au tour des Chinois de s'impliquer ; il a fallu leur faire de la place, car la Chine n'est

plus un pays fermé, et ses hommes d'affaires, ses entreprises, ses capitaux se projettent à l'extérieur. Rapidement, l'ampleur des montants quittant la Chine est devenue colossale, et ceux-ci concernent non seulement l'économie viticole, mais aussi toute l'économie européenne.

Henry Tang, alors Premier secrétaire de l'Administration de Hong Kong, a contribué à convaincre le gouvernement chinois d'investir à l'étranger. Plus largement, les élites hongkongaises, proches des autorités chinoises, ont agi de même à partir de 2001, notamment dans le vin. C'est ce que l'ancien homme politique hongkongais appelle la nouvelle période de « *two-way streets* », qui bénéficierait selon lui aussi bien à la Chine qu'aux pays occidentaux. Après presque deux décennies, le résultat se matérialise par une coprésence étrange dans le monde du vin, avec des Français en Chine et des Chinois en France.

C'est souvent des Français ayant déjà des intérêts économiques en Chine qui servent d'intermédiaires pour faciliter l'arrivée d'investisseurs dans le Bordelais. D'anciens hommes politiques européens de premier plan servent de conseillers aux entreprises chinoises pour s'implanter en Europe – ils sont surnommés péjorativement « *panda kissers* » dans le milieu occidental des affaires, ou bien les « idiots utiles » par les élites chinoises. On peut notamment citer Jean-Pierre Raffarin, en France, ou Romano Prodi, en Italie. Ils sont très favorables aux investisseurs chinois, et certains médias pointent parfois leur déni des ambitions du Parti communiste chinois dans ces affaires économiques. D'autres regrettent qu'ils occultent les problèmes de politique intérieure (Tibet, Xinjiang ou Hong Kong) en Chine.

Cette fièvre d'investissement est particulièrement soudaine et visible dans le Bordelais depuis la fin des années 2000⁴⁰. En très peu de temps, les Chinois sont devenus les plus gros investisseurs, et ils contrôlent désormais près de cent soixante domaines sur plus de sept mille propriétés.

Un agent immobilier spécialisé dans l'accueil de cette nouvelle clientèle chinoise m'explique : « Dans les années 1990, j'ai fait un voyage en Chine et j'ai pu constater l'immense richesse dans ce pays. Il y a 5 millions de millionnaires en Chine et huit cent mille milliardaires... Il y a un million de très hauts fonctionnaires, 5 millions de hauts fonctionnaires... Quand tout cela passe à table, à la fin de l'année, cela fait quelques bouteilles ! »

Il s'agace de certains gros titres de la presse régionale, car il ne partage pas l'idée d'une menace sur le patrimoine viticole bordelais : « Je ne devrais pas le dire, mais j'ai deux cent cinquante châteaux dans mon portefeuille, et ce n'est pas la faute des étrangers s'il y a autant de propriétés à vendre. Il y a de la marge avant que les Chinois les achètent toutes et nous envahissent. »

Un autre spécialiste du foncier viticole à Bordeaux ajoute : « Parmi les propriétés qu'ils ont achetées, beaucoup sont des planches pourries, des bâtisses avec des travaux colossaux, des vignobles à arracher et à replanter. Et il ne faut pas oublier que l'histoire du Bordelais est pavée d'investisseurs étrangers. Après les Anglais, les Hollandais, puis les Américains et les Japonais, c'est au tour des Chinois. Il ne faut pas s'affoler. »

Ces intermédiaires profitent de la hausse du foncier découlant de cette situation. Dans la région, certains habitants appellent « vautours » les agents immobiliers, les banquiers et les conseillers en patrimoine qui sillonnent les villages à la recherche de propriétés à vendre. Ils connaissent les familles, créent des liens privilégiés avec les notaires et les notables locaux pour se tenir au courant des intentions des propriétaires. Ils seraient particulièrement friands d'informations sur les conflits entre copropriétaires au sein des domaines familiaux. Un représentant d'une vieille famille vigneronne me confie : « Notre tendon d'Achille, c'est que beaucoup de nos entreprises sont familiales ; après une ou deux générations, on se retrouve parfois à plus de vingt copropriétaires. Les conflits émergent entre ceux qui exploitent la propriété et ceux qui sont partis ailleurs et qui aimeraient toucher leur part d'héritage. Ils vendent souvent au plus offrant. »

Ces investisseurs sont qualifiés indifféremment de « Chinois » dans les médias. Il faut pourtant distinguer trois groupes bien différents : les investisseurs résidant à Hong Kong, les entreprises d'État et les nouveaux hommes d'affaires de la Chine populaire.

Je fais l'impasse d'une visite au domaine de Viaud, qui a été acheté en 2011 par Cofco. Cette entreprise d'État, dont j'ai visité plusieurs vignobles en Chine, est le plus grand groupe de l'industrie agro-alimentaire

chinoise⁴¹. Avec cette acquisition, elle a élargi sa capacité à produire des vins industriels de marque, et a récupéré un appareil de production modeste pour une vingtaine d'hectares. Dans sa communication, elle souligne qu'elle a fait appel à l'œnologue mondialement connu Michel Rolland pour la vinification. Cofco et son emblématique Greatwall partent ainsi à la conquête de vignobles au Chili, en Espagne ou en Australie pour accroître leur expansion industrielle dans le monde entier⁴².

J'aurais pu aussi visiter le château Mirefleurs, acheté par Changyu au groupe Castel, son partenaire français en Chine⁴³. Changyu s'est lui aussi lancé dans une conquête de territoires viticoles en investissant en Espagne⁴⁴, mais aussi en Italie, en Australie et au Chili⁴⁵.

Ces entreprises d'État sont des personnes morales constituées comme un groupe financier, à l'instar d'autres opérateurs occidentaux qui investissent également dans le foncier agricole et dans des marques de produits alimentaires à l'échelle mondiale. Elles se donnent l'opportunité d'acheter une marque française pour la distribuer directement sur le marché chinois. Ces acquisitions leur offrent aussi la possibilité de s'approvisionner plus facilement en vins industriels étrangers en vrac, pour éventuellement couper et améliorer leurs productions locales. Cette pratique permet de remplir les exigences de productivité étatiques que ces entreprises doivent à tout prix respecter.

Un autre groupe d'investisseurs rassemble des citoyens hongkongais, à l'instar de Peter Kwok⁴⁶. D'origine vietnamienne, il a fait ses études à l'université de Berkeley. Ancien représentant du conglomérat financier chinois Citic, il a permis à la Chine populaire de s'ouvrir à la finance mondiale depuis Hong Kong. Kwok a fait fortune grâce à l'ouverture de l'économie chinoise. Ce passionné de vin a acquis son premier vignoble en 1997 et en possède désormais sept, regroupés sous le nom de Vignobles K⁴⁷. Il parle français, mais s'exprime plus volontiers en anglais. Il a déclaré à *La Revue du vin de France* : « Basé à Hong Kong, mes enfants étudiant aux États-Unis, je cherchais à me poser à mi-chemin, pour des vacances⁴⁸. » Kwok considère son acquisition bordelaise comme un refuge pour sa famille éclatée aux quatre coins du monde. On peut penser que son

implantation dans le Bordelais s'inscrit aussi dans une stratégie familiale permettant de se mettre à l'abri d'éventuels changements politiques en Chine.

Un autre milliardaire chinois, Pan Sutong, a acheté le domaine Bon Pasteur à l'œnologue Michel Rolland. Ce résident hongkongais a un profil un peu différent. Il est né en Chine et y a fait fortune. Il a confié à sa fille, formée aux États-Unis chez Goldman Sachs, la gestion du domaine. Pan Sutong n'est pas seulement un homme d'affaires, il a été élu membre du Comité national de la Conférence consultative politique du peuple chinois (CCPPC). Le magazine *Forbes* a évalué sa fortune à 5 milliards de dollars et le présentait comme un citoyen chinois né en 1963 dans le Guangdong, ayant séjourné aux États-Unis à partir de 1976 avant de retourner en Chine en 1984. Sa biographie officielle parle du développement d'une société d'informatique, mais c'est surtout dans la spéculation immobilière qu'il aurait fait fortune, dans la ville de Tianjin. Il installe ensuite sa société d'investissement dans l'immobilier à Hong Kong et devient citoyen hongkongais. Il est président du Polo Club de Hong Kong et vice-président de la Fédération internationale de polo. Il ferait partie des plus grosses fortunes mondiales et il est connu pour sa célèbre collection de vins. Il est toujours difficile de décrypter les relations complexes entre les hommes d'affaires et le pouvoir politique de Pékin, surtout quand il s'agit de citoyens hongkongais comme lui. Ces businessmen ont considérablement augmenté leur fortune ou en ont bâti d'immenses grâce à l'ouverture de la Chine populaire, tout en étant extérieurs aux institutions du Parti communiste chinois.

Jinshan Zhang appartient à une autre catégorie, celle des nouveaux riches venus de Chine populaire et convertis à l'économie de marché. Ce citoyen chinois a fait fortune dans l'industrie de l'alcool avec son groupe Ningxiahong. Il a connu une ascension sociale fulgurante au moment où l'économie de son pays créait un secteur économique privé. Il a acheté en 2012 le château du Grand Mouëys, dans l'Entre-deux-Mers, qui compte 60 hectares. Il ne parle ni français ni anglais et vient rarement à Bordeaux. Il a annoncé à l'époque : « Nous allons [...] créer une société de négoce pour acheter davantage de bouteilles en Gironde et les exporter chez nous⁴⁹. » La quasi-totalité de sa production s'écoule dans ses réseaux de

distribution en Chine. Un salarié bordelais m'explique que cette situation est relativement courante : « C'est très déstabilisant pour nous de travailler dans un domaine où, d'un coup, nous devons envoyer la totalité de nos bouteilles en Chine, sans savoir qui les achète et les consomme. » L'homme d'affaires envisage de construire un hôtel pour accueillir les touristes chinois qui seront envoyés par l'agence de voyages de son entreprise.

Un nouveau riche a particulièrement défrayé la chronique dans le Bordelais. Naije Qu, avec son groupe Haichang, a fait l'acquisition en très peu de temps de plus de vingt châteaux pour un investissement total de 60 millions d'euros⁵⁰. Haichang Group s'est spécialisé dans la construction et la gestion des parcs de loisirs dans la région de Dalian. En France, l'Office central pour la répression de la grande délinquance financière (OCRGDF) a commencé à s'intéresser à ces acquisitions, et la justice française a ordonné en juin 2018 la saisie de dix des vingt-sept châteaux rattachés à la personne de monsieur Qu et à son conglomérat, à la demande de la justice chinoise. L'enquête serait partie, selon *Le Figaro*⁵¹, d'un rapport de la Cour des comptes de Pékin, relayé par le quotidien régional *Sud Ouest* au cours de l'été 2014.

L'homme a disparu peu après l'élection de Xi Jinping, qui mettait alors en place une politique anticorruption, notamment à l'encontre des hommes d'affaires entretenant des relations avec les élites du Parti. Qu Naije fut accusé d'être lié à un scandale politico-financier dans la ville de Chongqing, impliquant un détournement de fonds. Son ascension fulgurante aurait été due à ses relations privilégiées avec les autorités de la municipalité de Dalian qui n'était pas une ville comme les autres. Il s'agissait en effet du fief de Bo Xilai, grand rival de Xi Jinping. Bo Xilai, qui a longtemps été premier secrétaire du Parti de Chongqing, a été accusé d'être à l'origine d'un vaste système de corruption. Une Chinoise installée à Bordeaux pense à propos de Qu Naije : « Il est allé trop loin dans l'enrichissement personnel et il n'avait plus les bons réseaux de protection politique. À mon avis, il a été victime de la rivalité entre Bo Xilai et Xi Jinping. »

Le nouvel homme fort de Pékin entend se présenter comme le garant de l'ordre social et laver le Parti des membres qui se sont éloignés de la doctrine communiste en multipliant les affaires. Depuis son arrivée au pouvoir, le gouvernement organise une vaste circulation des élites, mettant sur la touche certains éléments trop corrompus, et s'appuie sur une nouvelle génération qui condamne l'enrichissement des anciens ou des nouveaux riches. Dans un système communiste à parti unique, cette stratégie politique viserait à limiter les risques de formation d'une classe sociale détenant un capital économique en marge de l'univers du Parti.

Avant son arrestation, monsieur Qu avait eu le temps de s'intégrer dans le microcosme bordelais, puisqu'il organisait, en collaboration avec la chambre de commerce de Bordeaux, le China Dalian International Wine & Dine Festival. Il avait même recruté l'ancien président du Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux. Il a disparu, alors que ses enfants et sa femme résideraient toujours à Londres.

Un agent immobilier reconnaît que, depuis quelque temps, les procédures particulières pour sortir de l'argent se compliquent : « C'est chaque fois des montages financiers complexes, et c'est souvent des avocats d'affaires de Londres, de Hong Kong ou de Paris qui s'occupent du dossier pour que la transaction se réalise. Avant, tout passait par Hong Kong ou Singapour. Pour les transactions directement avec la Chine, c'est compliqué. Il faut passer par des autorisations de ministères et tout un circuit administratif. Certains de mes anciens clients ont des difficultés en Chine. D'une certaine manière, ils sont bloqués ici, car ils étaient liés à d'anciens réseaux et peuvent difficilement retourner chez eux. Avec la situation politique à Hong Kong, les choses ne vont pas s'arranger. »

Le cas de Qu offre un exemple saisissant d'une interdépendance croissante entre les économies française et chinoise. La justice française doit désormais analyser les logiques complexes du système politico-économique chinois à travers tous ces investissements sur le territoire français.

Une des caractéristiques de ces nouveaux investisseurs est d'acheter des grappes de châteaux à travers des sociétés d'investissement réunissant de nombreux actionnaires. L'histoire de Zhu Xinli, dans le Bordelais, est particulièrement éclairante. Originaire du Shandong, ce modeste

fonctionnaire a fait fortune en reprenant un ancien kolkhoze de fruits dans son village natal du Shandong, qu'il a transformé en une société industrielle de jus de fruits (Huiyuan Juice). Il souhaitait s'imposer comme le roi du jus d'orange, à la tête de sa société qui déclarait un chiffre d'affaires de 500 millions d'euros. Elle a failli être rachetée par Coca Cola pour plus de 2 milliards de dollars, et Danone a envisagé un moment de s'associer avec elle pour améliorer sa croissance en Chine

Zhu Xinli est arrivé dans le Bordelais parce qu'un architecte chinois, originaire de la même région que lui, lui cédait un château. Un ancien salarié m'explique : « J'ai trouvé ça bizarre, déjà, de pouvoir offrir à quelqu'un un château en France pour lui rembourser une dette en Chine. C'est compliqué de comprendre cette histoire de dette entre eux : ils sont originaires de la même région, et cela ressemble au fonctionnement clientéliste chinois du *guanxi*. Après, est-ce qu'il s'agit d'une dette ou d'un moyen de payer une commission pour service rendu ? Je n'en sais rien. Mais je me suis toujours demandé comment faisaient les notaires, les banquiers français pour s'y retrouver. »

En 2014, Monsieur Zhu acquiert trois propriétés : les châteaux Lucas, La Fleur Jonquet et Perrin d'Hoge. L'ancien salarié se souvient d'une époque euphorique : « Lorsqu'il est arrivé, il m'a dit qu'il avait l'intention d'acheter une cinquantaine de châteaux. » En 2016, il s'offre les châteaux Cazat-Beauchêne et de Brondeau. Un autre ex-salarié m'apprend qu'il s'est trouvé rapidement confronté à des problèmes de différence de culture professionnelle : « Il ne parlait ni français ni anglais et n'avait confiance en personne, sauf en son clan familial, qui gérait son entreprise en Chine. Il était typiquement de ces nouveaux riches qui nagent comme un poisson dans l'économie chinoise avec le fonctionnement du *guanxi*. Ici, c'est autre chose, il y a des règles à respecter, des investissements à faire. »

Au départ, toute la production est expédiée en Chine par le biais d'une société basée à Hong Kong. « Des vins qui valaient 2 euros sur le marché bordelais étaient revendus une centaine d'euros en Chine. J'ai compris qu'il remboursait ses actionnaires comme cela, ou qu'il remboursait ses dettes auprès d'autres... Ce fonctionnement est difficile à imaginer pour la France. »

Lorsque je visite une des propriétés de monsieur Zhu, la situation a radicalement changé. Le château tombe en ruine, les jardins ne sont plus entretenus. Le premier ex-salarié me dit que la vigne n'a même pas été taillée dans un des domaines et que monsieur Zhu « rencontre de nombreuses difficultés en Chine. Il n'est pas venu depuis quelque temps dans le Bordelais, car, depuis 2019, il a interdiction de quitter le territoire et sa société a accumulé un montant impressionnant de dettes ».

Pratiquement tous les salariés ont été licenciés ou sont partis. Les domaines font désormais appel à des prestataires de services pour assurer les différents travaux quand l'argent arrive. Les transferts sont irréguliers et ils doivent de l'argent à la MSA (Mutualité sociale agricole) et à leurs fournisseurs. Des machines agricoles ont été volées et le stock de vins a été cambriolé. Selon le second ex-salarié, « les fournisseurs n'ont pas été payés, ils sont donc venus se payer directement ».

Le premier ex-salarié finit par s'interroger : « Monsieur Zhu n'est peut-être pas venu pour le vin. Il a profité de ce projet pour collecter des fonds en Chine auprès de ses actionnaires et obtenir des crédits auprès des banques chinoises. Il a profité de sa notoriété pour attirer des capitaux. En fait, j'ai maintenant l'impression que tout cela a été du grand pipeau ! »

Les châteaux La Fleur Joncquet et de Brondeau appartiennent désormais à deux de ces anciens actionnaires, qui auraient ainsi été remboursés. En 2021, un représentant de la Safer (Société d'aménagement foncier et d'établissement rural) m'a confié que Zhu cherchait à vendre tous ses châteaux, comme de nombreux autres domaines au bord de la faillite.

La célèbre actrice Zhao Wei, égérie de nombreuses marques de produits de luxe en Chine, fait partie des nouveaux riches. Elle a jeté son dévolu sur le château Monlot, à Saint-Émilion, en 2011. Zhao Wei est surtout la « vitrine » médiatique à l'étranger des activités économiques florissantes de son mari, Huang Yulong. Cet ancien chauffeur du maire de Shenzhen aurait fait fortune dans l'immobilier en Chine. Le couple a diversifié ses investissements en s'associant à Jack Ma dans Alibaba Pictures Group, société de production et de distribution chinoise de cinéma, du groupe Alibaba. Ils sont résidents permanents à Singapour et viennent rarement à Saint-Émilion. Ils ont confié la vinification à Jean-Claude Berrouet, l'ancien œnologue du prestigieux domaine Petrus. Ils ont également acquis

le domaine La Croix de Roche, en appellation fronsac, où Hubert de Boüard exerce comme conseiller. Le vigneron bordelais, qui a créé la société Hubert de Boüard Consulting, conseille ainsi plus de quatre-vingts domaines dans le Bordelais et à travers le monde. Le grand jurat de la confrérie de Saint-Émilion a d'ailleurs intronisé Zhao Wei dès 2012. En 2014, celle-ci fut la marraine du salon Vinexpo Asia-Pacific à Hong Kong.

Le célèbre milliardaire Jack Ma, fondateur du site Alibaba et souvent décrit comme le Jeff Bezos chinois, a lui aussi acquis plusieurs domaines dans le Bordelais. Bernard Magrez lui a vendu les châteaux Pérenne et Guerry⁵². Ces deux propriétés en appellations côtes-de-blaye et côtes-de-bourg se sont ajoutées au château de Sours, qu'il possédait dans l'Entre-deux-Mers. Il a poursuivi ses investissements à Pomerol en achetant le château Moulinet, cédé par la famille Moueix, où il a engagé un autre œnologue célèbre, Christophe Derenoncourt, pour assurer la vinification.

Zhao Wei et Jack Ma sont associés dans un groupe d'investisseurs chinois à l'origine de la société Cellar Privilege, qui contrôlerait plus d'une douzaine de châteaux dans la région. N'entendant pas être uniquement des producteurs, ils souhaitent que leur société devienne l'un des nouveaux négociants de la place de Bordeaux. Leur but : exporter directement les vins bordelais grâce à la toute nouvelle plateforme d'e-commerce Tmall, qui a l'ambition de distribuer les grandes marques de vins mais aussi de luxe sur le territoire chinois.

Ils cherchent à étendre leurs activités économiques dans le monde, à l'instar des entrepreneurs français installés dans le Médoc. Ils tentent peut-être aussi de faire sortir une partie de leur capital de Chine, dans la mesure où la situation socio-économique peut toujours être menacée par des soubresauts politiques.

L'investissement dans le foncier viticole français apparaît donc comme une garantie d'accès à la propriété privée, ce qui leur permet en outre de transmettre à leurs familles un patrimoine, en dehors d'un système chinois où le statut social reste toujours précaire et révocable. Les grandes banques transnationales assurent le transit des avoirs. Ce monde fonctionne grâce à la vitesse des flux financiers et à l'intense circulation des personnes, qui contrastent avec la lenteur des formes juridiques de régulation des États.

Un élu local me précise au sujet de ces nouveaux résidents chinois : « Souvent, on ne les connaît pas. Très peu s'installent ici, ils ont leur monde et n'ont pas du tout envie de le quitter. »

Ainsi, ces nouveaux propriétaires ne diffèrent guère des investisseurs français du Médoc, qui résident souvent à l'étranger ou à Paris et qui considèrent leurs vignobles comme des marques et des avoirs financiers parmi d'autres. Cette tendance à la financiarisation croissante du foncier viticole apparaît comme un vaste processus, qui s'est par ailleurs accéléré avec la libéralisation des échanges mondiaux. Enfin, elle induit des transformations majeures dans la conception de la propriété rurale et agricole.

Certains responsables politiques sont d'ailleurs inquiets face à l'évolution d'une agriculture de plus en plus financiarisée. Les députés Dominique Potier et Anne-Laurence Petel, corapporteurs de la mission d'information sur la situation du foncier agricole en France, prennent au sérieux ce vaste processus qui va au-delà du vignoble bordelais. Ils cherchent à faire voter une loi contre l'accaparement des terres par les étrangers sur le sol français. Celles-ci sont en effet achetées de plus en plus par des personnes morales et de moins en moins par des agriculteurs. Un notaire m'explique : « Le phénomène observé est en deçà de la réalité, car en fin de compte, les acquisitions faites par des sociétés immatriculées en France, mais dont le capital peut être détenu par des actionnaires étrangers ne sont pas comptabilisées. »

Les terres et les vignes sont achetées sous forme sociétaire par des investisseurs qui salarient éventuellement l'ancienne famille exploitante. Un élu local de la région bordelaise pense même que « si on laisse la main aux marchés financiers, on va ruiner notre bien commun qu'est notre sol ». Déplorant la bétonisation des campagnes due à la multiplication des complexes hôteliers, il s'inquiète de la concentration des surfaces agricoles dans les mains de quelques-uns, ce qui ne fait qu'accentuer la monoculture viticole industrielle. Ce phénomène menace d'autres régions françaises confrontées à des investissements chinois massifs dans l'agro-industrie⁵³.

³⁸ Isabelle Mayault, « “J’y ai vu des choses extraordinaires...” : les

ports francs, décors centraux du film *Tenet* et cavernes d'Ali Baba des super-riches », *M le mag*, 12 juin 2020 (https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2020/06/12/les-ports-francs-de-geneve-cavernes-d-ali-baba-des-super-riches_6042649_4500055.html).

39 Nathaniel Herzberg, « Chais d'œuvre », *Le Monde*, 15 septembre 2012 (https://www.lemonde.fr/archives/article/2012/09/15/chais-d-oeuvre-p-p_4326576_1819218.html).

40 « Vin : la carte des châteaux du Bordelais rachetés par des Chinois », *Sud Ouest*, 28 novembre 2012 (<https://www.sudouest.fr/2012/11/27/vin-la-carte-des-chateaux-du-bordelais-rachetes-par-des-chinois-891771-713.php?nic>).

41 « Le domaine bordelais Château de Viaud passe sous pavillon chinois », *L'Express*, 1^{er} février 2011 (https://lexpansion.lexpress.fr/entreprises/le-domaine-bordelais-chateau-de-viaud-passe-sous-pavillon-chinois_1371336.html).

42 César Compadre, « Les Chinois prennent pied dans le vignoble le plus prestigieux du Bordelais », *Sud Ouest*, 17 février 2011 (<http://www.sudouest.fr/2011/02/17/la-chine-en-i-mpose-320578-700.php>).

43 « Castel vend le Château Mirefleurs au numéro un du vin chinois », *La Revue du vin de France*, décembre 2015 (<https://www.larvf.com/vin-bordeaux-castel-chateau-mirefleurs-groupe-changyu,4478188.asp>).

44 « Le vin chinois pénètre pour la première fois sur le marché espagnol », *French.china.org.cn*, 19 mars 2016 (http://french.china.org.cn/business/txt/2016-03/19/content_38066468.htm).

45 « Le groupe chinois Changyu rachète Kilikanoon Wines », *Vitisphere*, 22 décembre 2017 (<https://www.intervignes.com/actualites-intervignes-86673--Le-groupe-chinois-Changyu-rachete-Kilikanoon-Wines.html>).

46 Hubert Prolongeau, « Vins de Bordeaux, une passion chinoise, *M le mag*, 26 janvier 2019 (https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2019/01/26/vins-de-bordeaux-une-passion-chinoise_5000055.html).

[mag/article/2019/01/26/vins-de-bordeaux-une-passion-chinoise_5414817_4500055.html](http://www.larvf.com/mag/article/2019/01/26/vins-de-bordeaux-une-passion-chinoise_5414817_4500055.html)).

[47 http://www.vignoblesk.com](http://www.vignoblesk.com)

[48](https://www.larvf.com/peter-kwok-le-plus-bordelais-des-chinois_4576963.asp) « Peter Kwok, le plus Bordelais des Chinois », *La Revue du vin de France*, avril 2018 (https://www.larvf.com/peter-kwok-le-plus-bordelais-des-chinois_4576963.asp).

[49](https://www.sudouest.fr/2016/11/22/en-bordelais-la-vie-de-chateau-de-mr-zhang_2576683-7529.php?nic) « En Bordelais, la vie de château de Mr. Zhang », *Sud Ouest*, 17 février 2012 (https://www.sudouest.fr/2016/11/22/en-bordelais-la-vie-de-chateau-de-mr-zhang_2576683-7529.php?nic).

[50](https://www.sudouest.fr/2016/11/18/ce-si-discret-m-qu_2573180-7529.php) César Compadre, « Ce si discret M. Qu », *Sud Ouest*, 28 novembre 2016 (https://www.sudouest.fr/2016/11/18/ce-si-discret-m-qu_2573180-7529.php).

[51](https://www.lefigaro.fr/societes/2018/06/29/20005-20180629ARTFIG00370-bordeaux-la-justice-saisit-dix-chateaux-detenus-par-un-chinois.php) Ivan Letessier, « Bordeaux : la justice saisit dix châteaux détenus par un Chinois », *Le Figaro*, 29 juin 2018 (<https://www.lefigaro.fr/societes/2018/06/29/20005-20180629ARTFIG00370-bordeaux-la-justice-saisit-dix-chateaux-detenus-par-un-chinois.php>).

[52](https://www.larvf.com/vin-milliardaire-jack-ma-achete-deux-domaines-bordeaux_4489309.asp) « Le milliardaire chinois Jack Ma achète deux domaines à Bordeaux », *La Revue du vin de France*, juin 2016 (https://www.larvf.com/vin-milliardaire-jack-ma-achete-deux-domaines-bordeaux_4489309.asp).

[53](https://www.la-croix.com/France/champs-francais-Monsieur-Hu-reve-roi-baguette-Chine-2018-02-23-1300916017) « Avec ses champs français, Monsieur Hu se rêve en roi de la baguette en Chine », *La Croix*, 23 février 2018 (<https://www.la-croix.com/France/champs-francais-Monsieur-Hu-reve-roi-baguette-Chine-2018-02-23-1300916017>).

OceanofPDF.com

Le mystère de Sours

En septembre 2021, je me rends à l'est de Bordeaux, plus précisément dans le Libournais, où sont concentrées les acquisitions chinoises, pour aller voir de plus près l'une d'entre elles : le château de Sours. Cette propriété appartient depuis 2016 à Jack Ma. De son vrai nom Yun Ma, ce modeste professeur d'anglais originaire de Hangzhou et à l'ascension fulgurante est devenu l'une des plus grandes fortunes de Chine et du monde. Le fondateur d'Alibaba n'a pas racheté ce domaine à une famille française, mais au Britannique Martin Krajewski, un ancien financier de la City de Londres reconverti dans l'économie du vin, qui est aussi propriétaire de Clos Cantenac, à Saint-Émilion, et du château Monbrun, à Pomerol. Le château appartient désormais plus exactement à la société Junbao Limited, basée à Hong Kong, et à la société civile d'exploitation agricole « Château de Sours », qui est officiellement gérée par un Chinois originaire de Hangzhou, Chao Jiang.

Le domaine se trouve sur une commune de l'Entre-deux-Mers, considérée comme une zone produisant des vins industriels bon marché. Le château de Sours, connu naguère pour son rosé pétillant, ne jouit pas d'une notoriété particulière, et beaucoup d'observateurs s'interrogent sur le choix de cette acquisition.

Jack Ma aurait bien aimé jeter son dévolu sur un domaine plus prestigieux. Il avait même tenté d'acheter le Clos de Tart, en Bourgogne, avant de se faire doubler par le groupe Kering et la famille Pinault, à la

suite d'une intervention du ministre des Finances pour que ce joyau du patrimoine viticole ne passe pas aux mains d'un étranger.

Le projet de Jack Ma est de transformer le château de Sours afin de le mettre en accord avec sa vision personnelle de la nature et de proposer un nouveau modèle pour la viticulture bordelaise. Il serait en effet très actif dans le domaine de la protection de la nature, notamment à travers la fondation The Nature Conservancy.

À l'approche de Saint-Quentin-de-Baron, j'aperçois deux grandes grues entourant un vaste cube en béton. Il s'agit du futur chai du château de Sours en cours d'achèvement. Un parking accueille les voitures de la cinquantaine d'ouvriers et ingénieurs qui s'activent à faire émerger le nouveau domaine. Je fais plusieurs fois le tour du vignoble entourant le château. L'ampleur du chantier est saisissante. De nombreux arbres ont été plantés, des allées de rosiers ont remplacé certaines parcelles, des animaux ont été introduits pour l'entretien du domaine, et des étangs ont été créés. Les grilles du château sont fermées. Depuis plusieurs années, je tente de prendre contact avec l'équipe qui y travaille, sans succès ; le mot d'ordre est : interdiction de communiquer et de recevoir. Je tente à nouveau ma chance, j'essuie un nouveau refus. Je ne vais pouvoir observer la propriété que de l'extérieur et me contenterai d'échanger avec quelques personnes ayant œuvré dans le nouveau château chinois ou vivant autour.

L'équipe française qui travaillait à transformer le paysage a peu à peu été évincée au profit d'une équipe internationale. Tom et Cheryl Vercammen, un couple de Belges flamands, avaient été chargés d'introduire la permaculture, afin que le domaine devienne un fleuron de la viticulture biologique. Ils ont été licenciés en 2021. Les techniciens viticoles sont désormais pour la plupart portugais ou espagnols. La revue spécialisée *Decanter* précise que Jack Ma a l'intention de construire un « mini-Versailles⁵⁴ » en investissant plusieurs dizaines de millions d'euros dans son projet. On peut y voir une contradiction, car le jardin à la française est une forme très poussée de domestication de la nature, alors que la permaculture s'appuie sur l'héritage de la polyculture pour retrouver une harmonie entre différentes espèces végétales et réintroduire une présence animale. Dans cet article, il est précisé aussi que le domaine compte sur

l'introduction de produits nanotechnologiques qui seront semés dans le sol. En ce qui concerne la vinification, on apprend qu'elle est confiée à Hubert de Boüard Consulting⁵⁵.

Les travaux ont déjà bien commencé lorsque j'arrive à Saint-Quentin-de-Baron. Le détournement d'un cours d'eau et les détonations à l'explosif ont entraîné quelques conflits de voisinage⁵⁶, mais le calme semble régner. La transformation est impressionnante.

Le domaine a été clôturé et une habitante exprime ses regrets : « Cela ressemble à un camp militaire. Avant, nous pouvions nous promener ; maintenant, tous les accès sont bloqués par des panneaux "Propriété privée" et par des rangées grillagées. Franchement, on ne sait pas ce qui se passe, là-bas. On voit quelquefois des Mercedes noires entrer et repartir. »

Il faut dire que Jack Ma n'est pas venu depuis un certain temps et connaît des difficultés depuis qu'il a critiqué la politique du gouvernement chinois. La place de Bordeaux s'inquiète et se demande si le milliardaire reviendra un jour fouler les allées du château. Je m'interroge sur ses motivations. Voulait-il exprimer son rapport singulier à la nature et au vin, bien différent de la conception industrielle que j'ai vue en Chine ? Voulait-il démontrer au monde bordelais qu'il était temps de prendre une autre orientation ?

À cette époque de l'année, les vendanges approchent, et peu de monde se soucie de ce qui se passe au château de Sours. L'atmosphère est plutôt morose. Les cuves sont pleines, les stocks s'accumulent, et un viticulteur confesse que les prix sont au plus bas. L'année 2021 a été marquée par le gel, de fortes pluies et l'apparition du mildiou, ce qui annonce une piètre vendange en quantité et en qualité. Le marché chinois s'est effondré en raison de la pandémie, et peu d'investisseurs venus de Pékin pointent leur nez pour racheter les multiples domaines qui risquent de faire faillite. De nombreux éléments se rejoignent pour laisser craindre une crise de grande ampleur.

Depuis quelque temps, les organisations professionnelles parlent d'un éventuel arrachage massif, de la nécessité de repenser le modèle viticole de Bordeaux. Certains suggèrent de l'orienter vers l'agriculture biologique face aux changements de consommation qui ont éloigné bon nombre

d'amateurs européens des vins de Bordeaux. La confiance dans l'avenir, boostée par le *wine rush* chinois à Bordeaux, semble s'être évaporée, poussant la profession à s'interroger devant la crise qui s'annonce.

[54](#) Jane Anson, « Chinese billionaire, Alibaba founder Jack Ma, buys Bordeaux Château de Sours », *Decanter*, 25 février 2016 (<https://www.decanter.com/wine-news/jack-ma-alibaba-founder-buys-bordeaux-chateau-de-sours-293884/>).

[55](#) https://www.hubertdebouardconsulting.com/?state=actualites&sub=actualite_details&id=56

[56](#) Armelle Casses, « Les voisins de Sours sont inquiets », *Le Résistant*, 28 février 2019 (<https://www.leresistant.fr/2019/02/28/notre-edition-est-en-kiosque-et-en-ligne-11/>).

[OceanofPDF.com](#)

Épilogue

Ce livre est le résultat d'un curieux assemblage : une passion pour le vin, une réflexion sur la transformation de la France et une attirance pour la Chine postcommuniste.

Au départ, il repose sur un constat simple : les changements dans l'univers du vin s'avèrent être une excellente piste pour comprendre l'insertion de la France dans la globalisation.

Depuis la chute du mur de Berlin, l'accélération mondiale des échanges de toutes sortes a métamorphosé la France, ses vins et ses vignobles. L'idée que le vin se réduise à un patrimoine national s'est dérobée rapidement sous mes pieds : désormais diffusé à l'échelle de la planète, le vin n'est plus seulement cette « boisson-totem » des Français que décrivait Roland Barthes dans les années 1950. Cette manière de penser par typologie nationale a vécu, bouleversée par des sociétés marquées par la circulation intense des personnes, des marchandises, des capitaux et des idées qui redessinent les imaginaires sociaux.

De plus en plus d'étrangers produisent du vin en France. De nombreux Français travaillent ou investissent dans des vignobles à travers le monde.

Le vin est de moins en moins consommé en France et de plus en plus ailleurs, en particulier en Chine.

Le vin est de moins en moins produit sur le territoire français et de plus en plus à l'étranger, en particulier en Chine.

Dans ces circonstances, l'ailleurs et l'étranger, ces deux dimensions qui ont toujours intéressé les anthropologues, se recomposent.

Un défi s'est très tôt présenté à moi : comment procéder pour mener cette enquête, et comment en faire le récit ?

J'ai vite compris que cette grande transformation ne pouvait se réduire à l'idée d'un déclin, d'une perte ou d'une menace pour la France.

J'ai vite constaté que la France et les Français demeuraient largement associés à un prestige mondial incontesté, notamment parmi les élites, mais que cette notoriété se déployait d'une nouvelle manière dans le monde : le vin et le vignoble en sont deux avatars qui créent les conditions de formes inédites de rivalités, de conquêtes et d'appropriations.

J'ai arpenté les régions viticoles françaises, voyagé dans les vignobles chinois et dans les grands lieux de consommation. Je me suis immergé dans un monde complexe pour vous faire découvrir ces Français qui se projettent à Hong Kong et en Chine, ces Chinois qui s'installent ou s'arrêtent à Bordeaux et en Bourgogne.

J'ai choisi de vous parler de différents domaines, comme celui de Long Dai en Chine ou le château de Sours, pour nous inviter à réfléchir sur l'émergence d'un groupe social transnational qui noue des alliances dans l'univers du vin. Ce dernier n'est donc plus le terrain de jeu de bourgeoisies nationales qui s'affrontent dans une bataille économique.

J'ai choisi d'insister sur l'assemblage étrange des mondes capitaliste et communiste, qui forment désormais un monde commun et partagent l'obsession de poursuivre l'exploitation intensive du monde vivant en s'appuyant sur la puissance de la finance. Longtemps opposées, ces deux idéologies constituent désormais deux faces d'un même imaginaire matérialiste, où l'accumulation des marchandises implique des conséquences dramatiques sur la manière de penser le rapport à la nature.

En mai 2019, les acteurs du monde viticole étaient à nouveau réunis au moment de Vinexpo Bordeaux. Dans les allées, quelques inquiétudes s'exprimaient, notamment au sujet de ces vins français d'exportation si sensibles aux soubresauts géopolitiques. Certains évoquaient les conséquences du Brexit, d'autres insistaient sur les inconstances du président américain, et beaucoup appréhendaient les évolutions politiques à Hong Kong et en Chine. Mais loin du vacarme du hall des expositions, la commanderie du Bontemps organisait sa traditionnelle Fête de la fleur. Quelque mille cinq cents personnes venues du monde entier étaient là pour

célébrer la suprématie du Bordelais dans le décor du château Lynch-Moussas, grand cru classé de Pauillac appartenant à la famille Castéja. Le chef alsacien étoilé Marc Haeblerlin, de l'*Auberge de l'Ill*, avait été chargé d'accorder les grands crus à sa cuisine, pour le banquet précédant le traditionnel feu d'artifice et la soirée dansante. Ce petit monde cosmopolite semblait éloigné des incertitudes internationales et repartait confiant en l'avenir. La place bordelaise célébrait alors son intégration dans ce monde globalisé et gardait en mémoire les mots flatteurs prononcés par son invité d'honneur, le milliardaire chinois Jack Ma : « Vous ne produisez pas du vin, mais du bonheur. »

Personne ne pouvait imaginer ce qui allait subitement enterrer les prévisions optimistes de cette édition 2019, qui pariait sur un développement exponentiel du commerce du vin en Asie et dans le monde.

Quelques mois plus tard, en janvier 2020, je retrouve Bordeaux sous la pluie, endormi dans son climat hivernal et humide. Je viens présenter mon film documentaire *Château Pékin* devant des étudiants du Master of Wine, à la Kedge Wine School. Dans la salle, de nombreux étudiants étrangers, dont des Chinois, sont présents. Ils s'apprêtent à devenir salariés dans des domaines ou des maisons de négoce de la région, pour vendre les grands vins de Bordeaux dans le monde entier. À l'issue de la projection, leur professeur, Jérémy Cukierman, organise une dégustation de quelques vins chinois pour poursuivre nos échanges.

Le vendredi 24 janvier, je me réveille avec la radio et j'apprends que le premier cas de coronavirus sur le sol français a été identifié à Bordeaux. Un ressortissant chinois travaillant dans le monde du vin, tout juste rentré de Wuhan, vient d'être diagnostiqué positif au Covid.

Wuhan, cette ville jumelée avec Bordeaux, dont peu de citoyens français connaissaient l'existence, devient une réalité brutale pour l'ensemble de la société. À ce moment-là, nous savons peu de choses sur ce qui va devenir une pandémie, et une angoisse m'envahit : je me demande si cet homme a pu être en contact avec l'un des étudiants à qui j'ai présenté mon film. Les projections-débats de *Château Pékin* s'annulent une à une, mais c'est surtout l'économie mondiale qui ralentit brutalement.

Tout le monde est sommé de rester chez soi, et le rôle de régulation des États dans l'organisation des échanges se fait vite sentir. Les déplacements des personnes et des marchandises connaissent un arrêt soudain. Cette pandémie marque une pause brutale pour ce monde de l'hypercirculation que j'étais en train d'ethnographier. La Chine se ferme littéralement.

Bordeaux s'inquiète de l'arrêt du transport maritime, qui empêche l'exportation de ses vins fins. C'est toute l'organisation du travail et du commerce qui est bousculée. Cette situation cloue au sol les résidents-propriétaires circulant entre plusieurs pays, qui ne peuvent plus visiter leur domaine bordelais ou se rendre à Hong Kong. Les travailleurs agricoles venus du Maroc ou d'Europe de l'Est ont du mal à se déplacer pour venir travailler dans les vignes. Il n'est plus question d'aller à Hong Kong pour quelques jours, ni d'envisager une opération commerciale à Shanghai ou à Pékin. L'exportation de vins s'enrhume, les touristes manquent à l'appel et Bordeaux déprime.

La France évalue ce qu'elle produit et ne produit plus. Elle prend conscience de pénuries, de sa dépendance à l'égard de l'économie touristique.

Quelques semaines plus tard, c'est tout un pays qui se retrouve confiné. Les citoyens sont contraints de cesser de circuler et restent cloîtrés chez eux.

C'est une obligation à réfléchir à nos modes de vie, à penser et à repenser la place de la France dans le monde, à s'interroger sur sa souveraineté, sa régulation de la mondialisation, ses vulnérabilités face aux interdépendances multiples, et en particulier avec la Chine.

Cette pandémie vient sonner la fin d'une période historique marquée par des circulations tous azimuts, qui s'appuie sur des accords politiques en faveur de la libéralisation des échanges. Les différents gouvernements du monde en appellent au retour du protectionnisme et le vin devient une cible privilégiée pour les pays importateurs. Dans un contexte de tensions géopolitiques, Donald Trump impose des taxes aux vins français, les Chinois infligent la même sanction aux vins australiens.

Pour ma part, je me plonge dans *Homo Domesticus*, ouvrage de l'historien James C. Scott, sans savoir qu'il propose une réflexion majeure pour interpréter ce qui se passe.

Selon lui, l'organisation de notre monde s'est peu à peu construite sur un vaste et lent processus de domestication des mondes vivants imposé par l'humain : une domestication qui se reflète dans l'explosion des populations urbaines et sédentaires concentrées dans des mégapoles, une domestication progressive des mondes végétaux se traduisant par le développement des grandes monocultures intensives (maïs, vigne, bois, soja, café, etc.), une domestication animale illustrée de nos jours par l'accroissement sans précédent des élevages intensifs de porcs, de bœufs, de volailles et de poissons.

Ces multiples formes de domestication conduiraient à différentes formes de catastrophes : épuisement des sols, pollution des rivières et des océans, réduction de la biodiversité, destruction de la diversité des cultures humaines, multiplication des zoonoses, ces pandémies mondiales qui circulent entre les différents mondes vivants et aux effets dévastateurs. Cette situation est le résultat d'un siècle construit autour d'un imaginaire productiviste commun aux mondes capitaliste et communiste.

En lisant le travail de cet historien, il est difficile de ne pas faire un parallèle avec la pandémie actuelle. Elle s'est répandue dans le monde entier à partir de Wuhan, ville chinoise qui concentre plus de 10 millions d'habitants vivant à proximité d'élevages intensifs et de marchés d'animaux.

C'est le modèle d'une concentration urbaine et les diverses formes de domestication qui sont remis en question. Je repense au monde que j'ai ethnographié pendant toutes ces années. Je n'ai cessé de circuler, de prendre l'avion pour aller à Hong Kong, à Shanghai, à Pékin, pour suivre ces acteurs qui voyagent afin de promouvoir la consommation d'une boisson et d'accroître l'expansion de la monoculture viticole. C'est toute la logique de ce monde connecté qui est secouée.

J'ai du mal à penser que cette période ne sera qu'une parenthèse et que ce monde de l'hyperconnexion reprendra finalement comme avant. Pourtant, les politiques publiques en Europe semblent envisager la pandémie comme une simple pause, certes difficile, avant de retrouver le monde d'avant.

J'ai du mal à penser que cette pandémie, comme bien d'autres dans l'histoire sociale, n'aura pas de conséquences sur la régulation des modes de vie, des organisations sociales, des échanges internationaux et des

équilibres géopolitiques.

L'épidémie du Covid a touché tout particulièrement le modèle bordelais de la viticulture. La crise a déclenché une prise de conscience des faiblesses d'une agro-industrie française (dont le vin fait partie) qui est très dépendante de l'exportation. La commanderie bordelaise du Bontemps ne peut plus se déplacer à Hong Kong, à Shanghai ou à Pékin.

Les nouveaux riches chinois ont déserté le Bordelais. Une chute des prix et une crise sans précédent s'annoncent pour 2022 face au recul du marché asiatique, elles obligent déjà les acteurs de la filière à songer à développer une nouvelle clientèle pour sortir de cette dépendance. Hong Kong demeurera-t-il le *wine global hub* ? C'est difficile à dire, mais le contrôle politique accru sur l'ancienne île britannique risque de l'affaiblir.

Désormais, les Chinois produisent leurs propres vins et brandissent de nouvelles marques qui gagnent des prix dans des concours internationaux. Le transfert de valeur a-t-il été opéré pour autant ? Va-t-on voir les consommateurs chinois boudier les bordeaux et les vins étrangers au profit des nouvelles marques comme Ao Yun ou Long Dai ? Rien n'est moins sûr, car le vin demeure largement associé à la découverte d'une boisson étrangère, et la méfiance des consommateurs quant à la qualité de la production locale demeure très forte...

En Chine, le gouvernement a entrepris un tournant nationaliste et appelle à consommer chinois, tout en stigmatisant l'attitude de certains nouveaux riches. Ces changements politiques risquent d'avoir un impact direct sur l'engouement chinois pour le vin et les multiples objets de luxe fabriqués en Europe. En outre, les membres chinois célèbres de la commanderie du Bontemps et de la Jurade de Saint-Emilion seraient en grande difficulté. Jack Ma a un temps disparu de la circulation et serait maintenant en résidence surveillée. Alibaba, son empire sur le Web, est désormais sous tutelle de l'État. Zhao Wei, la star de cinéma et l'égérie de marques de luxe, s'est également évaporée, et certains parlent pour elle aussi d'une mise au pas imposée par le régime. Plus globalement, ces élites font l'objet d'un contrôle accru de la part du gouvernement de Pékin, et Xi Jinping les stigmatise volontiers pour leur consommation ostentatoire de marchandises étrangères de luxe ou leurs investissements personnels

inutiles à l'étranger. Il exhorte les plus riches à consommer chinois pour participer au rêve national et contribuer au développement de sa nouvelle idéologie, celle de la « prospérité commune ».

J'ai pu mesurer à quel point l'incorporation des grands vins et des marchandises de luxe dans l'univers chinois n'est pas l'expression de la pénétration du capitalisme libéral en Chine, et à quel point la diffusion marchande depuis les années 1990 fondée sur la finance n'a pas bouleversé son fonctionnement politique. L'expansion de la viticulture des nouveaux châteaux à la chinoise propose un modèle prétendument écologique, qui repose en fait sur une forme de domestication poussée de la nature, un prétexte pour siniser des territoires marginaux et contrôler les conduites sociales des citoyens chinois enfermés dans des parcs œnotouristiques. Cette forme d'appropriation de la culture viticole et vinicole est aux antipodes des imaginaires européens.

Dans cette période de confinement, je me remémore l'épisode historique du Tea Party, en 1773, lorsque la cargaison de thé d'un navire britannique fut prise d'assaut par des Américains dans le port de Boston. C'était le signe d'une volonté d'émancipation à l'égard de l'Empire britannique, qui allait conduire les États-Unis à l'indépendance et à adopter le café comme boisson nationale pour se distinguer des anciens colons. Le vin, produit de luxe et symbole de l'occidentalisation récente de la Chine, n'est pas à l'abri d'un éventuel rejet découlant d'un soudain nationalisme chinois.

En France et en Europe, les débats politiques tournent autour des questions de protectionnisme et des appels à une redéfinition des équilibres géopolitiques. Certains craignent que l'Europe soit réduite à n'être qu'une fabrique d'objets de luxe pour la Chine. La France et l'Europe doivent-elles s'éloigner de l'immense marché chinois pour se libérer d'une dépendance destructrice à l'égard d'un régime politique obsédé par le contrôle des mondes vivants ?

Les responsables politiques font face à de nombreuses contradictions, et les acteurs du monde du vin que j'ai fréquentés sont directement concernés. Ils vivent à la frontière entre le monde capitaliste et le monde communiste et apparaissent de plus en plus menacés par la remise en cause des logiques politiques qui existent. Le vin est alors pris au piège de ces discours politiques qui opposent de plus en plus protectionnisme et

mondialisation. Les débats fusent dans une certaine confusion idéologique, où ni les traditionnelles catégories politiques gauche/droite ni les équilibres géopolitiques actuels ne servent de repères.

C'est souvent dans ces moments de confusion qu'émergent des tentations politiques de clarification, menant soit à des purges internes, lesquelles semblent déjà avoir commencé en Chine, soit à une guerre ouvrant vers un nouvel ordre géopolitique.

C'est là que l'enquête ethnographique s'arrête, car elle n'a pas vocation à faire des prédictions...

OceanofPDF.com

Bibliographie

- Marc Abélès, *Un ethnologue au pays du luxe*, Odile Jacob, 2018.
- Marc Abélès (dir.), *Des anthropologues à l'OMC. Scènes de la gouvernance mondiale*, CNRS Éditions, 2011.
- Élisabeth Allès, *Musulmans de Chine. Une anthropologie des Hui du Henan*, Éditions de l'EHESS, 2000.
- Ilan Alon, Christoph Lattemann et Wenxian Zhang, *China's Belt and Road Initiative. Changing the Rules of Globalization*, Springer International Publishing, 2018.
- Agnès Andrézy, *Xi Jinping. La Chine rouge nouvelle génération*, L'Harmattan, 2013.
- Roland Barthes, *Mythologies* (1957), Le Seuil, coll. Points Essais, 2007.
- Jean Baudrillard, *Le Système des objets* (1968), Gallimard, coll. Tel, 1978.
- Jean-François Bazin, *Le Dictionnaire universel du vin de Bourgogne*, Presses du Belvédère, 2010.
- Ildiko Beller-Hann, « The Bulldozer State: Chinese socialist development in Xinjiang », in Judith Beyer, Johan Rasanayagam et Madeleine Reeves (dir.), *Ethnographies of the State in Central Asia. Performing Politics*, Indiana University Press, 2014.
- Jean-François Billeter, *Contre François Jullien* (2006), Allia, 2018 (éd. aug.).
- Gardner Bovingdon, *The Uyghurs. Strangers in Their Own Land*, Columbia University Press, 2010.

- Rémi Castets, « Les Ouïgours à l'épreuve du "vivre-ensemble" chinois », *Le Monde diplomatique*, mars 2019.
- Laure de Charette et Marion Zipfel, *Chine. Les nouveaux milliardaires rouges*, l'Archipel, 2013.
- André Chieng, *La Pratique de la Chine en compagnie de François Jullien*, Le Livre de Poche, coll. Biblio Essais, 2007.
- Gérard Colin, *Lao Gao, paysan chinois*, Blue Lettuce Publishing, 2019.
- Benoît Coquard, *Ceux qui restent. Faire sa vie dans les campagnes en déclin*, La Découverte, 2019.
- Chantal Crenn, Marion Demossier et Boris Pétric, « Anthropologie du vin : un objet singulier, entre subjectivation et circulation », *Ethnologie française*, vol. 51, n° 3, PUF, 2021, dossier *Mondialités du vin*.
- Marion Demossier, *Burgundy. The Global Story of Terroir*, Berghahn Books, 2018.
- Marion Demossier, *Hommes et vins. Une anthropologie du vignoble bourguignon*, Éditions universitaires de Dijon, 1999.
- Brendan A. Galipeau, *Crafting a Tibetan Terroir. Wine Production, Identity, and Landscape Change in Shangri-La*, Washington University Press, 2019.
- Marie-France Garcia-Parpet, Romain Leclerc et Gustavo Sora, « Foires, salons et marchés internationaux », in Johanna Siméant (dir.), *Guide de l'enquête globale en sciences sociales*, CNRS Éditions, 2015.
- Guillaume Giroir, « Le fait viti-vinicole en Chine dans le champ des sciences humaines et sociales. Premiers résultats et programme de recherche », communication dans un congrès, EDP Sciences, 2015.
- Guillaume Giroir, « L'entreprise Changyu, acteur majeur de la construction du système viti-vinicole émergent en Chine », *Cultur. Revista de Cultura e Turismo*, vol. 8, n° 3, 2014, p. 211-237.
- Dru C. Gladney, *Dislocating China. Muslims, Minorities and Other Subaltern Subjects*, Chicago University Press, 2003.
- Dru C. Gladney, « Internal Colonialism and the Uyghur Nationality: Chinese Nationalism and its Subaltern Subjects », *Cemoti*, n° 25, 1998, dossier *Les Ouïgours au xx^e siècle*, p. 47-64.

- Olivier Jacquet, *Un siècle de construction du vignoble bourguignon. Les organisations vitivinicoles de 1884 aux AOC*, Éditions universitaires de Dijon, coll. Sociétés, 2009.
- François Jullien, *La Pensée chinoise. En vis-à-vis de la philosophie*, Gallimard, coll. Folio Essais, 2019.
- Gilles Laferté, *La Bourgogne et ses vins. Image d'origine contrôlée*, Belin, 2006.
- Gilles Laferté, « La mise en folklore des vins de Bourgogne : la “Paulée” de Meursault », *Ethnologie française*, vol. 33, n° 3, PUF, 2003, dossier *Cultures régionales. Singularités et revendications*.
- Willy Wo-Lap Lam, *Chinese Politics in the Era of Xi Jinping*, Routledge, 2015.
- Sylvie Lasserre, *Voyage au pays des Ouïghours. De la persécution invisible à l'enfer orwellien* (2010), Hesse, 2020.
- Jean-Pierre Le Goff, *La Fin du village. Une histoire française* (2012), Gallimard, coll. Folio Histoire, 2017.
- Laurence Lemaire, *Le Vin, le rouge, la Chine. Le vin de Bordeaux et de France, et les Chinois*, Sirène Production Édition, 2014.
- Hua Li, « Vinification et contrôle de qualité » (Pu Tao Jiu Ping Chang Xue), notes de lecture, université agricole du Nord-Ouest, province du Shaanxi.
- Zhengping Li, « Chinese Wine. Universe in a bottle », *Cultural China series*, Cambridge University Press, 2011.
- Anna Lowenhaupt Tsing, *Le Champignon de la fin du monde. Sur la possibilité de vivre dans les ruines du capitalisme*, La Découverte, 2017.
- Qiangqiang Luo, Joel Andreas et Yao Li, « Grapes of Wrath : Twisting Arms to Get Villagers to Cooperate with Agribusiness in China », *The China Journal*, vol. 77, 2017, p. 27-50.
- Jian Ma, *China Dream*, Flammarion, 2019.
- Jean-Baptiste Malet, *L'Empire de l'or rouge. Enquête mondiale sur la tomate d'industrie*, Fayard, 2017.
- Loren Mayshark, *Inside the Chinese Wine Industry. The Past, Present, and Future of Wine in China*, Red Scorpion Press, 2018.

- Marcel Mirande (dir.), *Architecture et conception de bâtiments viticoles. De la conception à la réalisation*, numéro spécial, *Revue des œnologues*, n° 113S, 2004, p.7-9.
- Edgar Morin, *Commune en France. La Métamorphose de Plodémet*, Fayard, 1967 ; rééd. coll. Pluriel, 2013.
- Gauthier Mouton, « Du carrefour à l'impasse : la région du Xinjiang et la "question ouïghoure" », *Monde chinois*, vol. 44, n° 4, 2015, dossier *Quels enjeux stratégiques pour la Chine ?*, p. 75-84.
- Suzanne Mustacich, *Thirsty Dragon. China's Lust for Bordeaux and The Threat to the World's Best Wines*, Henry Holt, 2015.
- Aurélié Névoit, *La Couronne de l'Orient. Le centre du monde à Shanghai*, CNRS Éditions, 2014.
- John Osburg, *Anxious Wealth. Money and Morality Among China's New Rich*, Stanford University Press, 2013.
- Philip P. Pan, *Out of Mao's Shadow. The Struggle for the Soul of a New China*, Simon & Schuster, 2008.
- Boris Pétric, *On a mangé nos moutons. Le Kirghizstan, du berger au "biznesman"*, Paris, Belin, 2013.
- Boris Pétric, *Pouvoirs, don et réseaux en Ouzbékistan post-soviétique*, PUF, 2002.
- Jean-Robert Pitte, *Le Désir de vin. À la conquête du monde*, Fayard, 2009.
- Dominique Potier, Pierre Blanc et Benoît Grimonprez, *La Terre en commun. Plaidoyer pour une justice foncière*, Fondation Jean-Jaurès, 2019.
- Caroline Puel, *Les Trente Ans qui ont changé la Chine*, Buchet-Chastel, 2011.
- Jean-Pierre Raffarin, *Chine. Le grand paradoxe*, Michel Lafon, 2019.
- Michel Rolland, *Le Gourou du vin*, Glénat, 2012.
- Chris Ruffle, *A Decent Bottle of Wine in China*, autoédition, 2010.
- Marjorie Ruggieri, « Ethnographie d'un tourisme paysager : l'engouement chinois pour la lavande provençale au XXI^e siècle », thèse de doctorat, EHESS de Marseille, 2021.
- Christian Salmon, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La Découverte, 2008.
- Isabelle Saporta, *Vino Business*, Albin Michel, 2014.

- Mindi Schneider, « Dragon Head enterprises and the State of Agribusiness in China », *Journal of Agrarian Change*, vol. 17, n° 1, mars 2016.
- James C. Scott, *Homo Domesticus. Une histoire profonde des premiers États* (2019), La Découverte Poche, 2021.
- Michel Serres, *Petite Poucette*, Le Pommier, 2012.
- Heila Sha, *Care and Ageing in North-West China*, Lit Verlag, 2017.
- Pierre Tiessen et Régis Soubrouillard, *La France made in China. La France peut-elle résister à la puissance chinoise ?*, Michel Lafon, 2019.
- Frank Trentmann, *Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First*, Allen Lane, 2016.
- Yun Wang, « Le rêve chinois : imaginaire social ou slogan politique ? », *Sociétés*, vol. 124, n° 2, 2014, dossier *Le Net-activisme*, p. 101-110.
- Yunxiang Yan, *The Flow of Gifts. Reciprocity and social Networks in a Chinese Village*, Stanford University Press, 1996.
- Alfred F. Young, *The Shoemaker and the Tea Party. Memory and the American Revolution*, Beacon Press, 1999.

Filmographie

Anne-Marie Avouac, *À la poursuite de madame Li*, VF Films Production, France 3, 2005.

Emmanuel Laborie et Boris Pétric, *Jours de colère*, VF Films Production, France 5, 2009.

Jonathan Nossiter, *Résistance naturelle*, Les Films du Rat, Goatworks Films, Prodigy, 2014.

Jonathan Nossiter, *Mondovino*, Les Films de la Croisade, Goatworks Films, 2004.

Boris Pétric, *Château Pékin*, La Fabrique des écritures, Up Studio, 2018.

Olivier Pousset, *Le Meilleur Vin de Chine*, Iskra, La Luna Productions, Arte France, 2005.

Warwick Ross et David Roach, *Red Obsession*, Lion Rock Films, 2013.

OceanofPDF.com

Remerciements

L'écriture de ce livre repose sur une longue enquête débutée en 2012 grâce au soutien financier du CNRS, dans le cadre d'un projet de l'Agence nationale de la recherche dont j'ai eu la responsabilité : « La vie politique des marchandises ». Durant cette période, j'ai travaillé avec mes collègues de deux laboratoires, le Laios (Laboratoire d'anthropologie des institutions et des organisations sociales) et le Centre Norbert Elias. Je tiens à remercier les collègues qui m'ont aidé à organiser mes nombreuses missions : Virginie Blanc, Lydie Perrin et Claudie Jolivet.

J'ai eu la chance de bénéficier de nombreux échanges scientifiques, notamment dans des séminaires que j'ai animés avec Jean-François Gossiaux, Marc Abélès, Giorgio Blundo. J'ai une dette particulière envers tous mes collègues ayant participé au projet « La vie politique des marchandises » – Giorgio Blundo, Valeria Siniscalchi, Marc Abélès, Céline Lesourd, Lynda Dematteo, Kelley Sams –, ainsi qu'envers mes doctorants – Rim Affaya, Yacine Amenna, Claire Bouillot, Aziliz Kondracki, Marjorie Ruggieri, Alesandra Tatić, Lin Ziyu. Je remercie toutes les personnes du milieu professionnel du vin qui m'ont ouvert les portes de leurs maisons, de leurs caves et de leurs manifestations, en particulier Olivier Halley, Philippe Capdouze et toute l'équipe de Ficofi, Gérard Colin, Emma Gao, Bruno Paumard, Anne Cusson, Philippe Ballot, Didier Volland, la famille Bouzereau-Gruère.

Je tiens à remercier également pour leur accueil en résidence d'écriture la Fondation Camargo et sa directrice, Julie Chénot, la Fondation 836M de Sébastien et Julie Lépinard et le Hong Kong Institute for the Humanities and Social Sciences.

Je tiens enfin à remercier Marie-Pierre Gracedieu et Adrien Servières pour leur confiance, et Marie Desmeures pour son excellent travail éditorial.

OceanofPDF.com

CATALOGUE

Christian Astolfi
De notre monde emporté
2022

Hanna Bervoets
Les choses que nous avons vues
Traduit du néerlandais par Noëlle Michel
2022

Alice Kaplan
Maison Atlas
Traduit de l'américain par Patrick Hersant
2022

Semezdin Mehmedinović
Le matin où j'aurais dû mourir
Traduit du bosnien par Chloé Billon
2022

Stine Pilgaard
Le pays des phrases courtes
Traduit du danois par Catherine Renaud
2022

OceanofPDF.com