



JACQUES ORHON

Le
vin
snob



Propos décapants
sur un milieu qui a tendance
à se prendre au sérieux

 LES ÉDITIONS DE
L'HOMME

*À mon frère Jo,
qui nous a quittés tragiquement cette année.*

Édition : Émilie Mongrain
Design graphique : Josée Amyotte
Infographie : Andréa Joseph
Révision : Caroline Hugny
Correction : Brigitte Lépine

DISTRIBUTEUR EXCLUSIF :
Pour le Canada et les États-Unis :
MESSAGERIES ADP*
2315, rue de la Province
Longueuil, Québec J4G 1G4
Téléphone : 450-640-1237
Télécopieur : 450-674-6237
Internet : www.messageries-adp.com
* filiale du Groupe Sogides inc.,
filiale de Québecor Média inc.

Données de catalogage disponibles auprès de
Bibliothèque et Archives nationales du Québec

11-15

Imprimé au Canada

© 2015, Les Éditions de l'Homme,
division du Groupe Sogides inc.,
filiale de Québecor Média inc.
(Montréal, Québec)

Tous droits réservés

Dépôt légal : 2015
Bibliothèque et Archives nationales du
Québec
ISBN 978-2-7619-4397-0

Gouvernement du Québec – Programme de crédit
d'impôt pour l'édition de livres – Gestion SODEC
– www.sodec.gouv.qc.ca

L'Éditeur bénéficie du soutien de la Société de
développement des entreprises culturelles du
Québec pour son programme d'édition.



**Conseil des Arts
du Canada** **Canada Council
for the Arts**

Nous remercions le Conseil des Arts du Canada de
l'aide accordée à notre programme de publication.

Nous reconnaissons l'aide financière du gouver-
nement du Canada par l'entremise du Fonds du
livre du Canada pour nos activités d'édition.

JACQUES ORHON

Le
vin
snob



Propos décapants
sur un milieu qui a tendance
à se prendre au sérieux

En fait, le snobisme est
la comédie douloureuse qu'un individu
se joue à lui-même.

Raphaël Enthoven, philosophe français

Avant-propos



Après plus de 44 ans dans les métiers du vin, je me dis fréquemment que je suis privilégié. Privilégié d'abord d'avoir pu faire d'une profession une passion, une ardeur enthousiaste que j'ai appris toutefois à canaliser pour qu'elle ne devienne pas dévorante, en m'intéressant à une multitude de sujets, parfois connexes, tantôt à mille lieues du divin nectar. Heureux aussi d'avoir pu garder ma liberté de pensée et d'action pendant toutes ces années, mais surtout chanceux (*fortunato* en italien, ce qui veut tout dire...) d'avoir préservé une propension à l'empathie ; faculté dont tellement de gens, hélas, semblent dépourvus, qu'on en vient à se demander s'ils connaissent ne serait-ce que l'existence du mot. Chaque jour, j'apprécie cette prédisposition à la découverte, de temps en temps à l'émerveillement, à tout le moins cette capacité d'apprécier la beauté des choses, de se laisser fasciner par la splendeur des lieux, et de s'imprégner de cette richesse que sont nos différences. Et tout cela, en continuant à apprendre, ce qui n'est pas le moindre des atouts. Quand on va de vignoble en vignoble, comment rester de marbre devant des panoramas à couper le souffle, ou indifférent à des paysages bucoliques d'une vraie douceur qui invitent à la simplicité et à la lenteur, avantage certain à une époque où tout va trop vite et dans tous les sens ? D'ailleurs, je crois que j'aime profondément le vin, assurément davantage à mon âge qu'à mes débuts. Je l'aime tout autant pour le bien-être physique qu'il procure – et non pour son pouvoir enivrant – que pour toutes ses autres vertus. Le vin nous permet de nous garder en santé, de palper le plaisir des

sens, de voyager, au sens propre comme au figuré, d'être à l'écoute, et, élément fédérateur s'il en est, il détient le pouvoir ultime, celui de nous rassembler, de nous permettre de rencontrer des personnes uniques, de partager des instants de bonheur et de célébrer la vie.

J'ai écrit dans mon livre *Entre les vignes*, en guise de prémisse inconsciente à cet ouvrage, que je n'aimais pas le vin snob, sans vouloir bien entendu désacraliser ce monde teinté de poésie. Que le vin n'avait rien d'ennuyant, qu'il ne devait pas être élitiste, et que je trouvais plutôt rafraîchissant, avec la part de mystère dont il est auréolé, de ne pouvoir tout expliquer, à une époque où l'on peut soi-disant tout savoir. Je le pense encore plus fort aujourd'hui.

Sans compter que lorsqu'on croise des blasés de la vie, tout particulièrement dans le petit milieu, feutré on peut le dire, de la bouteille et de la fourchette, ces gens qui adoptent une attitude hautaine pour mieux cacher peut-être un manque de culture, d'expérience, de jugement et de distance, on peut se poser des questions, faire des constats... Et se dire que ce genre de posture éloigne trop souvent celles et ceux qui ont envie de s'intéresser au vin en toute simplicité. Je reprends ici une phrase de Raphaël Enthoven (professeur de philosophie qui signe la citation de cet avant-propos) : « Le snobisme est un choc des incultures qui repose sur la conviction qu'être, c'est intégrer ou bien exclure. En être ou ne pas en être, là est l'enjeu. »

C'est ce qui m'amène, en premier lieu, à vous proposer sans prétention et le sourire en coin, ce nouveau livre qui est le fruit d'une modeste cogitation, une sorte d'inventaire ou un état des lieux qui s'est amorcé tout naturellement par une observation quasi quotidienne puisque le vin est mon métier, mais également parce que ce vin, *Monseigneur Le Vin* me disait un vieil ami, même quand j'aimerais m'en dispenser, je le retrouve inévitablement sur ma route, dans mes moments de loisir et dans ma vie sociale. Imaginez un peu, il est partout !

La deuxième raison se trouve certainement dans le profond décalage qui existe entre l'importance qu'on lui donne aujourd'hui et la futilité qu'il peut revêtir, quand on reste attentif à ce qui se passe autour de nous sur notre planète, un tantinet déboussolée. Et ce terrible décalage, hélas, fait fuir les œnophiles en devenir. Peut-être cette

importance démesurée vient-elle du fait que ce qui se passe dans le monde – les conflits armés, les guerres de religion, le chaos engendré par le terrorisme, mais aussi les accidents et les catastrophes naturelles – ne saisit notre imaginaire que le temps, très court, d'un téléjournal ou d'un fil de presse sur Internet. Un vague sentiment d'impuissance nous assaille sur le coup, puis passent les nuits et les jours qui relèguent fatalement les images les plus sombres dans la case de l'oubli. La routine du quotidien reprend ses droits et suffit d'ordinaire à gommer de notre mémoire ces événements qui nous ont pourtant touchés. Mais tant que l'on n'est pas concerné... En passant, je songe à cette réflexion qui m'a traversé l'esprit alors que j'étais en reportage à Pantelleria (une île sicilienne à 70 kilomètres des côtes tunisiennes, connue pour son passito, où la plupart des mots pour désigner les vins et les villages sont en arabe), et que des innocents venaient, à quelques centaines de kilomètres de là, de se faire trancher le cou au nom d'Allah : il serait peut-être judicieux – et urgent – de remplacer chaque fusil, chaque mitraillette, chaque couteau assassin par une bouteille de vin. Je suis peut-être naïf à mes heures, idéaliste sans aucun doute, mais on peut rêver, non ?

En fait, ce qui me taraude à chaque fois, c'est de constater, au-delà de l'impasse que l'on fait sur notre statut de bien nanti, la légèreté des petites choses de la vie à côté du malheur des autres. Je ne veux pas piquer ici une crissette teintée de morale à cinq sous, mais combien, et cela à longueur d'année, s'excitent le poil des jambes pour des vétilles, ou se prennent la tête en sifflant un grand cru ? J'en vois plusieurs dans notre milieu, ici et ailleurs sur la planète, aussi bien du côté des professionnels que des œnophiles, qui affichent un air un brin condescendant, parfois méprisant, et qui se prennent à ce point au sérieux qu'ils en oublient le vrai sens des choses et le plaisir de rire, occultant du même coup la simple faculté de relativiser.

Qu'y a-t-il de pire, en matière de vin, que de se rendre aux extrêmes et d'en rajouter alors que ça peut être si simple ? On peut bien sûr défendre des idées et des principes, améliorer des façons de faire et mettre des fois les points sur les « i », surtout dans un contexte professionnel, mais la promotion et la connaissance des produits afin de boire intelligemment ne devraient pas empêcher la

souplesse dans la pensée, la modestie dans le propos, le recul et la mesure dans l'action. À ce que je sache, on ne fait pas dans la médecine nucléaire, et comme ma mère me l'a si bien appris, beaucoup d'humour et un peu de fantaisie, dans le sens de l'imagination et de l'originalité, n'ont jamais fait obstacle à la rigueur, à la précision du discours. Diverses personnes m'ont confié avoir été si intimidées par ce snobisme qu'elles se sont détachées du plaisir du vin, et c'est bien regrettable.

D'autre part, je me suis déjà posé la question du bien-fondé de gagner ma vie avec ce produit communément apparenté au monde du luxe – un mot dont je me méfie puisque je partage sans réserve la pensée de Sacha Guitry qui disait que le luxe est une affaire d'argent, et l'élégance une question d'éducation. Je pense à ce propriétaire bordelais alléguant, non sans raison, qu'il n'y a pas un vin sur terre dont les mérites justifient de payer plus de 100 \$. Je pense en outre à ceux qui croient encore qu'il est nécessaire de dépenser une fortune pour boire bon, oubliant que le vin, aussi grand soit-il, n'est en fait que du jus de raisin fermenté. Il faut bien admettre, quand on pense à tous ceux qui vivent, plutôt qui survivent avec 50 \$ par mois, que le prix de certains flacons confine au scandale et à l'injustice. Je ne veux pas faire pleurer dans les chaumières, mais peut-on garder un cœur de pierre à la vue de cette fillette qui vit dans un total dénuement – c'était en Argentine, dans la sublime vallée du Rio Calchaqui où des autochtones tentent de produire du vin – et qui vous sourit malgré l'indicible tristesse qui persiste dans le fond de ses yeux ?

Pourtant, et ce n'est pas pour me déculpabiliser, mais j'ai l'intime conviction que le vin fait partie d'une économie mondiale qui mettrait des millions de gens au chômage si on en arrêta la production.

La troisième raison enfin, et non la moindre, réside dans le fait que bien souvent, il se dit tout et son contraire sur le noble nectar. Et ce n'est pas le phénomène de mode, tel que je l'explique dans le premier chapitre, qui va arranger la situation. Certes, je ne peux que me réjouir de voir le vin se démocratiser, contre toute attente, ici et là, faire fureur au Japon et titiller si fort les Chinois, friands du bon goût à la française et flairant la bonne affaire au point d'investir des sommes colossales chez eux et dans les meilleurs terroirs européens. Mais il suffit qu'un journal ou un blogue sorte une

nouvelle à son sujet pour entendre ou lire des propos fort éloignés de la réalité. Je me méfie toujours des affirmations à l'emporte-pièce. C'est irritant, par exemple, d'entendre un consommateur clamer que le vin des grandes maisons n'est pas bon par définition, un producteur prétendre que son vin mérite un prix élevé parce qu'il a dépensé des millions dans sa nouvelle cave, ou un vigneron décréter que la biodynamie, c'est de la bouillie pour les chats, négligeant tout autant le sens de la nuance que l'amateur qui ne jure que par le vin nature.

Cela dit, ceux qui aimeraient me voir passer, au fil de ces pages, pour le pisse-vinaigre de service seront déçus. Je crois être aussi passionné qu'enthousiaste, optimiste et positif, mais je ne pense pas être le seul à vouloir remettre quelques pendules à l'heure, ne serait-ce que pour le bénéfice de ceux qui ont du mal à se retrouver dans cet univers de plus en plus complexe. Évidemment, loin de moi l'idée de laisser sous-entendre que je détiens une part de vérité, ce serait tomber dans le piège de ce que je condamne. Chacun a droit à son opinion et je ne fais que partager la mienne, mais si vérité il y a, c'est encore dans le fond du verre qu'on peut la trouver. Qui suis-je, de toute façon, pour me permettre de donner des leçons? Sans fausse modestie, je ne suis dupe de rien, pas même de ma propre ignorance!

Je m'emploie donc, tout au long de ce livre, à apporter un éclairage que je crois le bon, de temps à autre avec ironie et un soupçon de dérision, avec en toile de fond mes doutes et mes certitudes, nés du bon et parfois du mauvais usage de ma profession.

Je ne veux pas vous raconter des bobards ni écrire pour une petite clique d'initiés. C'est à l'adresse du plus grand nombre que j'ai pris la peine, avant de prendre la plume, de vérifier les faits et d'interroger plusieurs protagonistes de notre industrie. J'invite d'ailleurs avec beaucoup de tendresse et un gros clin d'œil tous les parvenus du bouchon, les bobos du goulot, ainsi que les buveurs d'étiquettes et les opportunistes de la bouteille, à un peu de retenue et d'humilité devant leur flacon préféré. Quant à tous les vrais amoureux du vin et celles et ceux qui sauront le devenir un jour, c'est avant tout pour vous que j'ai rédigé ce gentil pamphlet, et que je me suis laissé aller, avec autant de plaisir que de franchise assumée.

Le snobisme ne donne pas le goût,
mais il supplée au manque d'opinion.

Alfred Capus, romancier et dramaturge français

Le snobisme du vin



Qu'ont en commun les sushis, Barcelone, le porto et les *bed and breakfast*? Rien! Quoique l'on pourrait toujours manger des sushis à Barcelone, tout en buvant du porto et en dormant dans un B & B. Je prends ces quelques exemples pour illustrer l'hypothèse qu'il y a souvent une pointe de snobisme dans le fait de dire que l'on aime quelque chose parce que la masse déclare: «Les sushis? J'adooooooooore!» (Même si la personne n'en a jamais vraiment mangé de vrais ni de bons.) «Barcelone? J'adooooooooore!» (Même si elle n'y a jamais mis les pieds; je n'exagère même pas puisque j'en ai rencontré deux qui m'ont fait le coup...) «Le porto? J'adooooooooore!» (Même si la plupart des consommateurs n'ont pas la moindre idée de ce qui sépare un vintage d'un tawny.) «Un B & B? J'adooooooooore!» Or, Paul Valéry disait: «Le vrai snob est celui qui craint d'avouer qu'il s'ennuie quand il s'ennuie; et qu'il s'amuse quand il s'amuse». Cela m'a pris un peu de temps, mais j'ose dire maintenant que je n'aime pas aller dans les B & B – et pourtant j'en ai fréquenté – et j'assume au contraire mes goûts pour quelque chose qui n'est pas branché, et même carrément ringard (soi-disant...).

Le vin est-il devenu snob?

Ce premier chapitre est en quelque sorte la clef de voûte de ce livre, qui, comme je l'explique dans mon avant-propos, est sans aucun doute le fruit d'une réflexion forgée au fil des ans, et qui me fait m'interroger: le vin est-il devenu snob? Oui, en quelque sorte, et même si je ne vais pas me faire que des copains (mais j'en ai déjà beaucoup...), je pense que notre microcosme viti-vinicole, au-delà du vin lui-même évidemment, a une propension à se

prendre au sérieux – et le décalage est grand entre ceux, peu nombreux en fait, qui en font partie, et monsieur et madame Toutlemonde à qui on essaye de refiler le pire et le meilleur – de raconter tout et son contraire, de faire feu de tout bois, sous le mercantile prétexte de vendre, et de vendre encore. Quand on connaît l'allégation de l'auteur Raphaël Enthoven : « Le snobisme est moins une affaire de contenu qu'une affaire de forme. Ce n'est pas la nature de ses opinions qui fait le snob, mais l'importance qu'il leur accorde. Peu importe le préjugé. Le snobisme dépend du crédit qu'on lui fait, du sérieux qu'on se donne. Ce n'est pas la hauteur qui fait le snobisme, c'est le snobisme qui fait la bassesse », on comprend mieux.

C'est vrai qu'à bourlinguer d'un endroit à l'autre du globe, de l'Ancien Monde où l'on confond encore traditions et règles archaïques, au Nouveau Monde où se mêlent parfois bonnes idées et idées reçues, nouvelles tendances et effets de mode, je constate qu'il reste encore du chemin à parcourir, autant chez ceux qui croulent sous le poids des mauvaises habitudes que chez ceux qui pensent tout révolutionner.

Je dois avouer que je n'ai guère eu de mal à m'engouffrer dans ce chapitre puisque j'ai toujours été, depuis l'adolescence, allergique aux phénomènes de mode. Entendons-nous bien. Si une nouveauté me convient parce qu'elle comble mes attentes, si un objet me fascine parce que je le trouve beau, je suis parmi les premiers à m'y intéresser. Non pas parce qu'il est du dernier cri, mais bien parce qu'il me plaît, qu'il répond à mes besoins et correspond à ma personnalité. Et le vin, qui n'a jamais tant été en vogue et sujet à toutes les attentions et aux polémiques, des plus pertinentes aux plus stériles, n'y échappe pas. Il suffit de regarder la flopée de sites Web et de blogues (il y a de tout, des bons et des moins bons qui confinent à la blague ; voir le chapitre *ÉcriVins*, p. 111), les courriels dont nous sommes inondés, les échanges sur les réseaux sociaux et les lignes ouvertes à la radio, pour se convaincre que le vin est sujet de toutes les attentions, des plus louables aux plus tordues. Il est tellement à la mode qu'on assiste à des dérapages de toutes sortes. Même si a priori, je n'ai rien contre les initiatives qui encouragent sa découverte et en consé-

quence une consommation réfléchie, en particulier lorsque c'est fait intelligemment, j'ai l'impression que l'on ne sait plus quoi inventer. J'ai surtout la conviction que certaines personnes, opportunistes dirait-on, profitent de cet engouement pour imaginer n'importe quoi et tenter, au mieux, de s'en mettre plein les poches, au pire, de se faire quelques sous.

Innovations et dérives

Des aérateurs savamment sophistiqués aux 150 types de tire-bouchons, tous plus géniaux les uns que les autres (voir p. 205), en passant par les vins orange (une boisson produite principalement dans le nord-est de l'Italie, sorte de vin blanc vinifié comme un rouge, issu d'une macération prolongée des peaux du raisin, lui conférant après plusieurs semaines une teinte orangée), les initiatives les plus farfelues nous sont présentées... et voilà que l'on nous offre maintenant de faire notre vin nous-mêmes, par l'intermédiaire d'Internet! Créer son vin sans bouger de chez soi! C'est en effet ce que proposait un site Web américain aux internautes du monde entier. Sur le site, dixit le communiqué, une interface permettait aux « cyber-vignerons » de gérer l'élaboration de leur vin depuis la récolte jusqu'à la mise en bouteille. Chaque client devait prendre une trentaine de décisions tout au long du processus : choix du cépage, date de la récolte, type de fermentation et d'élevage, assemblage ou non, aspect de la bouteille et de l'étiquette. Il pouvait suivre chaque étape grâce à un système de webcams. Ce service, qui montre bien, et de pathétique façon, qu'il y en a quand même qui n'ont vraiment rien compris au fabuleux monde du vin, était dispensé par une *winery* de la jolie région de Sonoma, spécialisée dans le vin « à la carte ». Clientèle visée : les amateurs éclairés (à la lampe de poche?), les restaurateurs, les détaillants et les œnologues indépendants. Bon, l'affaire a mal viré et a déclaré faillite en 2012, laissant sur le carreau des clients qui s'étaient découvert des talents de courtiers afin de mieux revendre leurs fameuses cuvées à prix d'or. Mais entre-temps, le concept s'est exporté en France en 2009, dans le Bordelais, à Saint-Émilion plus exactement. Après la liquidation de la société mère californienne, la compagnie est entrée dans la maison de

négoce Viniv, créée en 2011 et qui fait partie de la société de participation JMC Domaines Jean-Michel Cazes, connue pour ses châteaux Lynch-Bages et Les Ormes de Pez. On peut se consoler en se disant que les clients (beaucoup d'Américains et d'Asiatiques, et peu de Français), tant que l'aventure durera, achèteront des cuvées vinifiées quand même dans les règles de l'art.

D'ailleurs, du côté de la production en général, je me demande s'il n'y a pas un peu de snobisme – en plus d'une forte dose d'opportunisme, et d'une bonne mise de fonds – à vouloir s'improviser vigneron, ici et ailleurs sur la planète. Je devrais ajouter les mots *inconscience* et *ignorance* quand on sait le travail, l'abnégation et les remises en question que cela exige. Faire de soi un Mondavi, cela n'arrive pas tous les jours. En plus de l'aisance financière et d'un flair réservé aux plus malins, encore faut-il, en matière de vin, avoir un terroir collé à des écosystèmes et à un environnement favorables, posséder la connaissance – c'est vrai que l'on peut bien s'entourer si on en a les moyens – et le temps. Car, en supposant que tous ces éléments soient réunis, ce qui hélas n'est pas toujours le cas, la vigne, tout comme le vin, a besoin de temps pour s'exprimer. Et le temps, ça coûte cher, très cher!

Heureusement, d'autres savent innover avec intelligence, sur Internet principalement, avec par exemple en France My Vitibox, qui propose en ligne des vins de bonne qualité, ou Vinatis, un caviste qui propose un large éventail de vins à commander sur le Net, et même depuis peu, à rabais, des bouteilles aux étiquettes abîmées. Il s'agit d'une excellente idée quand on sait, c'est ainsi qu'ils le disent, que la vraie beauté du vin se trouve dans son écrin. La vogue des bars à vins qui proposent de bonnes cuvées au verre constitue également une approche intelligente de la découverte et du plaisir œnologique, en autant que le commerçant soit bien équipé pour garder la fraîcheur de ses produits, et qu'il n'appuie pas trop fort sur le crayon quand il calcule ses prix de vente. On peut se réjouir de ces innovations, mais il sera important de savoir les maîtriser.

N'est-on pas, cependant, passé d'un extrême à l'autre? D'une période obscure, indigente et tristounette, nous atteignons aujourd'hui au Québec des records au rayon des activités qui tournent

autour du vin, à en rendre jaloux nos amis français, suisses, espagnols et italiens. Quand on sait à quoi le vin se résumait il y a quelques décennies, ce n'est plus à son égard de l'amour, mais de la rage, façon de dire les choses ! Et avec l'intérêt grandissant des Québécois pour la divine boisson, on assiste fatalement à toutes ces dérives que la mode a engendrées. Les formations (en sommellerie notamment) se sont multipliées, même si aujourd'hui les emplois stagnent et que l'offre en personnel qualifié dépasse les besoins. Quelquefois, cela va dans toutes les directions (les programmes, parfois, se chevauchent) et de plus en plus dans la dilution (on dit souvent que trop c'est comme pas assez) au grand désespoir de ceux qui veulent se faire une place au soleil. Comme partout ailleurs, et c'est pour cela qu'il faut être vigilant, la mode s'installe de façon insidieuse. Dans les médias, par exemple ; peu à peu, le vin qui est pour ainsi dire interdit de petit écran en France (voir le chapitre *Le vin et la santé*, p. 247), est servi au Québec peu importe l'émission, parfois très bien, souvent sans discernement, parce que cela fait chic. Pour ma part, je me réjouis à chaque fois de sa présence à la télé quand c'est fait avec simplicité et que l'on ne raconte pas des stupidités.

Faussaires et contrefaçon

Une autre manifestation du snobisme dans le milieu du vin consiste à tomber à pieds joints dans le piège de l'étiquette au point de se faire arnaquer tel un jeune débutant. Peut-être est-ce grâce à la « barrière naturelle » imposée par notre monopole, mais il semble que nous ayons été préservés il y a quelques années de l'arrivée sur nos tables – et dans nos caves – de faux crus prestigieux du Bordelais et de Bourgogne qui ont été vendus lors de grandes ventes à New York ou chez Christie's à Londres. Ce qui est étonnant, c'est que peu de gens semblent s'être manifestés après s'être fait berner. La fraude serait restée impunie, n'eût été la croisade contre les escrocs de la bouteille d'un producteur bourguignon, Laurent Ponsot, depuis qu'il a découvert le pot aux roses il y a 20 ans déjà. C'est en 2008 qu'il décide de mener bataille contre un certain Rudy Kurniawan en interrompant personnellement la vente aux enchères au cours de laquelle son Clos

Saint-Denis 1959 était proposé... alors qu'il n'en produit que depuis 1982. Après quatre années d'enquête du FBI, l'indonésien Kurniawan a été mis sous les verrous pour faux et usage de faux. Mais il n'est pas le seul faussaire à sévir en usant de tous les subterfuges possibles : impression de fausses étiquettes et utilisation de très bons vins, bien sûr, mais aussi gravure des flacons, récupération de vrais vieux bouchons et même incorporation de dépôts de vieux millésimes.

Curieusement, tant du côté de certains propriétaires de crus célèbres – il n'y a pas mieux que la spéculation pour faire monter les prix – que de celui de grands collectionneurs et d'experts en dégustation renommés, c'est presque le mutisme. Sans doute sont-ils bien ennuyés – c'est un euphémisme – d'avoir été trompés de façon aussi éclatante que la robe chatoyante d'un faux petrus 1961 (parmi les exceptions, le magnat américain Bill Koch a porté plainte, avec en conséquence les scandales que l'on a découverts peu à peu). La contrefaçon, dans de nombreux secteurs d'activité, ne date pas d'hier et il est aisé d'imaginer qu'elle ne cessera pas de sitôt. À preuve les ennuis de la maison M. Chapoutier, figure rhodanienne s'il en est, qui découvre un jour avec stupéfaction qu'un entrepreneur du textile use de sa signature pour ses vêtements vendus sur le marché chinois. Eh oui, c'est du n'importe quoi et ce n'est pas fini !

Saveurs du mois et pense-bêtes

Enfin, en beaucoup moins grave (quoique... puisque l'image, encore une fois, prévaut sur la notion de qualité), il y a ces cuvées qui font l'actualité comme ces *Fifty Shades of Grey*, gamme de vins californiens que l'auteur E. L. James a lancée dans la foulée du film inspiré de son œuvre. Tout cela ressemble aux *Folie à Deux*, *Ménage à Trois* et bien d'autres, dont les vertus, si elles existent, se cachent assurément dans l'approche commerciale, en tout cas plus que dans la terre dont ils sont supposés provenir.

Dans un même ordre d'idées, je constate que les animaux continuent de sévir sur les étiquettes de vins. C'est vrai qu'il est mignon le petit chaton sur le calendrier, et le koala vu à la télé, oh là là qu'il est beau ! Et le chien de la voisine qui laisse des petits

souvenirs sur le trottoir, il n'est pas adorable? Et celui du beau-frère quand il vient à la maison sans avoir été invité (je parle du chien...), il n'est pas mignon quand il essuie ses grosses pattes sur mes pantalons de toile écru? Les gens adorent tellement les animaux que les experts marketing du vin ont flairé la bonne affaire. Il n'y a qu'à penser au porc-épic du Porcupine Ridge sud-africain, au Yellow Tail australien qui a pour emblème un kangourou, sans oublier les petits pingouins du même pays qui se sont installés dans notre environnement œnologique il y a quelques années. Oubliés les Wild Pig, French Rabbit et autres Bad Dog, mais je viens quand même de tomber sur une autre série australienne avec le Butcher's Gold illustré d'un bœuf en bonne santé, le vin du golfeur Greg Norman affublé d'un requin blanc, en référence à son surnom, et quelques Turkey Flat pour accompagner la dinde. Plus loin, on a le choix entre un gentil renard sur des étiquettes de Gray Fox (j'espère que le vin n'est pas *foxé*... terme explicite pour décrire un vin aux fortes odeurs animales), les chevaux de 14 Hands Winery, les très jolis oiseaux du Catalan Albet I Noya, sans oublier les populaires Gato Negro du chili et le Sangre de Toro espagnol de Miguel Torres, avec son petit taureau en guise de colifichet...

L'art d'être snob

Le snobisme, dont le photographe Marcel Natkin disait qu'il est une manière, pour les gens sans personnalité, de s'en donner une, c'est aussi dans l'univers du vin :

✿ **Tomber dans le piège des tendances même si les vins ne sont pas terribles.** Aujourd'hui, plusieurs ne jurent que par le bio et les vins nature. Parfois, c'est très bon (nature, bio et biodynamie), parfois ce n'est pas sérieux. Consultez les chapitres *Bio ou pas, encore faut-il que ce soit bon!* et *Tous les goûts sont dans le nature... même les mauvais!* aux p. 119 et 131 pour mieux comprendre le fond de ma pensée.

- ✿ **Avoir un cellier avec 10 000 bouteilles** alors qu'on va en écouler au mieux 12 à 15 par semaine, si l'on reçoit passablement. Ce qui ferait environ 600 à 800 bouteilles par année. C'est beaucoup! Ce qui me fait rire, c'est de constater que ceux qui en sont les heureux propriétaires sont souvent des gens qui en ont les moyens parce qu'ils font de bonnes affaires et gèrent de grandes entreprises. Mais là, en matière de gestion, ce n'est pas très fort!
- ✿ **Acheter des vins ou du champagne au nom connu et ronflant** mais qui ne sont pas très bons (eh oui, ça arrive) et qui coûteront 25 \$ ou 30 \$ de plus qu'un autre vin ou un excellent champagne dont le nom n'a pas la même réputation. Il suffira de se fier aux recommandations d'un bon guide. C'est notre boulot à nous, auteurs, journalistes, chroniqueurs, de recommander les bonnes maisons qui ne sont pas nécessairement connues du grand public.
- ✿ **N'acheter que des vins inconnus.** Contrairement au point précédent, il semble de bon ton pour plusieurs de n'acheter que des cuvées (en général aux noms qui sortent des sentiers battus) produites par des vignerons dont on a rarement entendu parler, même parmi les professionnels, tout en tapant sans discernement sur les vins de facture, dirons-nous, plus classiques. N'est-ce pas là une forme de snobisme à l'envers que de faire semblant d'ignorer les valeurs sûres sous prétexte qu'elles sont connues? À ce sujet, je vous propose de vous rendre au chapitre *Producteurs et vignerons, les bons... et les moins bons!*, p. 179, dans lequel je vous invite à la nuance dans vos choix. Une maison connue et de bonne dimension a plus souvent les moyens d'atteindre l'excellence qu'un petit producteur-artisan animé de bonnes intentions mais dont le vin vous laissera sur votre soif parce qu'il n'a pu aller au bout de son idéal. La réalité est un peu la même avec certaines appellations d'origine dont on voudrait nous faire croire que la qualité est garantie parce que la production est minime. Ça ne marche pas à tous les coups!

✧ **Ne privilégier que les cépages à la mode.** On en parle tellement qu'on en arrive à oublier qu'un cépage, ce n'est pas une marque de commerce. Une variété de raisin donne ce qu'elle peut, en fonction d'un terroir et des exigences de celui qui la cultive. Malheureusement, sous le vocable d'un cépage en particulier, on peut trouver dans le verre le meilleur ou le plus douteux. « J'ai du pinot grigio au verre ! » « Ah oui ? J'adooooore ! » « Encore un peu de prosecco dans votre flûte ? » « Ah oui, j'adooooore ! » « Tenez, j'ai un viognier mis en bouteille spécialement pour vous. » « Du viognier ? Ah oui, j'adooooore ! » Pour mieux comprendre, rendez-vous au chapitre *Des cépages et des caricatures*, p. 147.

✧ **Ne parler, au contraire, que de cépages inconnus**, juste pour se faire remarquer, et qui sont si peu plantés, que le commun des mortels ne pourra jamais s'en procurer : « Tu ne connais pas le bulutüzümü ? Ni le nikitane traube ? Franchement, t'es nul ! » (le premier est une vraie variété turque, et le second vient de Crimée).

✧ **Fréquenter les cocktails dînatoires ou les mini-buffets** où l'on se dandine assiette dans une main et verre dans l'autre, cherchant désespérément un banc, une chaise, une marche, un escalier pour coller son postérieur, jonglant tant bien que mal avec la verrine et la fourchette en plastique qui tombe à tous les coups, pendant que l'on essaye de rattraper la petite serviette qui vient de s'envoler pour atterrir sous le talon haut de la jolie passante au décolleté plongeant, lui-même responsable sans doute de cette situation. Mais personne ne réagit, on s'envoie de beaux sourires tout en buvant un vin tiédi que l'on aurait critiqué dans d'autres circonstances, et qui n'a rien à voir avec la multitude de saveurs qui s'entremêlent, sans aucune harmonie. « Un petit pressé de foie gras au scorsonère ? Il n'est pas piqué des vers... Vous connaissez le scorsonère ? » « Ah non, mais j'adooooore ! ».

- ✿ **Payer très cher pour des objets qui portent un nom ou une marque** dont on fait la publicité, sans rougir et avec un plaisir non dissimulé... Il s'agit sans doute là, et pas seulement dans le monde du vin, du summum de la bêtise snobinarde.

- ✿ **Se donner des airs intellos** en devisant sur tel vin ou tel cépage sans en connaître les tenants et aboutissants. Personnellement, je suis évidemment pour l'importance de développer ses connaissances, mais vouloir beurrer épais pour suppléer à un manque flagrant de culture, c'est toujours dangereux.

LES INTELLOS? PAS POUR MOI!

Isabelle Legeron, Master of Wine française installée en Angleterre, livrait son point de vue à ce sujet dans une entrevue menée par Elisabeth Franck-Dumas pour le journal *Libération* (10 septembre 2012):

C'est en Angleterre que j'ai découvert l'aspect, disons, « intello » du vin. En arrivant, je ne savais même pas qu'un bourgogne était fait avec du chardonnay. [...] Au fil des années, je m'étais rendu compte que le vin était devenu pour moi un exercice intellectuel, je n'y prenais plus de plaisir. C'est d'ailleurs ce que je reproche à mon corps de métier et aux professionnels du vin. Beaucoup sont dans ce milieu pour le style de vie agréable qu'il procure, les soirées, les visites dans les vignobles, la dégustation pour noter et mettre dans des cases, faire des verticales de Petrus... [...] Je crois que le milieu du vin est suréduqué. Il y a cette idée qu'il faut s'y connaître en vin pour l'apprécier, ce qui est idiot. Je touche énormément de consommateurs grâce à mes dégustations, et c'est avec les gens qui s'y connaissent le moins que je m'amuse le plus, ils sont plus ouverts d'esprit.

✧ **Vouloir à tout prix spéculer.** C'est vrai que des collectionneurs se constituent de bonnes caves pour spéculer, mais quand même, il y a risque de pertes. Quand on compare le vin à des œuvres d'art, on oublie trop souvent qu'il ne s'agit pas d'un tableau de maître, et qu'il se détériore à partir d'un certain moment. Alors soit, et je l'encourage fortement, se constituer une bonne réserve est une excellente idée ; 500, 600, ou 1 000 bouteilles pourquoi pas, mais après, comme on dit chez nous, il ne faut pas capoter...

✧ **Ne jurer que par les vins de garage.** C'est un concept un peu périmé ! Il s'agit de vins rouges produits à petite échelle, concentrés, aux prix élevés à l'extrême, à l'image de la longueur de leur passage en fûts neufs. Les Anglo-Saxons leur ont attribué des notes stratosphériques mais la mode, 25 ans plus tard, s'est quelque peu dégonflée. Ouf ! C'est dans le Bordelais que l'histoire commence au début des années 1990 avec un saint-émilion grand cru : Château de Valandraud, qui existe toujours. Deux petites anecdotes au sujet des vins de garage : la première, très personnelle à propos du Pin, le pomerol du Belge Jacques Thienpont, toujours très recherché et très cher (3 040 \$ le 2010, 750 ml à la SAQ en 2015), peut-être parce qu'il a été en fait le premier dans les années 1980, et surtout parce qu'il est très bon. La vie a fait que par un lien familial et professionnel, j'ai eu accès à ce nectar recherché (du 1989 et du 1990 ; c'était en 1995) apporté sans façon à la maison, à des milliers de kilomètres de la petite parcelle de moins de deux hectares. Un bon souvenir ! La seconde : la mode était si forte que je suis tombé un jour chez un grand producteur d'Uruguay qui était tout fier de nous servir sa cuvée appelée tout simplement : Grand Cru Garage ! L'étiquette était plus impressionnante que le vin, et avec mes collègues, on a bien rigolé...

LE SAUTERNES QUI PÉTILLE

Puisqu'on ne sait plus trop quoi inventer pour se démarquer et vendre son vin, le risque est parfois élevé de tomber dans le crime de lèse-majesté. C'est ainsi que nous pourrions voir le nouveau cocktail «très chic et revisité sans trop d'amertume», pour reprendre les mots de la sommelière québécoise Laura Vidal, un mélange moitié sauternes, moitié perrier, avec un zeste d'agrumes et des glaçons. Pour en avoir discuté avec Michel Garat, une des personnes à l'origine de cette pétillante invention, il faut peut-être y voir un clin d'œil afin d'amener une clientèle jeune à découvrir ainsi les vertus du grand vin liquoreux. L'histoire a commencé il y a trois ans, quand Michel était le gérant du château Bastor-Lamontagne (il agit aujourd'hui en tant que consultant) et qu'il a créé le So Sauternes, une cuvée moins sucrée, élevée en cuve inox, basée sur le fruit et la fraîcheur, et logée maintenant dans un flacon avec capsule à vis. Très bien pour l'apéritif! Pardon, l'apéro! Quand les Cathiard (château Smith Haut Lafitte) se sont joints à la famille Moulin pour racheter en juillet 2014 plusieurs propriétés dont ce château de Sauternes, Florence Cathiard, qui ne manque pas d'imagination, a suggéré cette union pour le moins originale. Et j'ai goûté à cet élixir aux bulles liquoreuses. Ce n'est pas mauvais du tout, sachant en plus que le château Rayne Vigneau (cru classé) devrait se joindre

Yes my dear! C'est british et c'est chic!

On peut dire que le recours à l'anglais et aux anglicismes pour vendre sa salade s'est généralisé en France. On peut mettre sur le dos de l'ignorance cette fichue habitude de nombreux organismes et maisons françaises de nous envoyer (au Québec) des communiqués rédigés uniquement en anglais; mais il n'empêche que, voyant les anglophones faire la pluie et le beau temps dans le monde du vin, les Français pensent que c'est en parlant en anglais qu'ils vont s'en sortir, alors que c'est par leur spécificité, sans tomber dans les lieux communs, qu'ils sauront se distinguer. J'ai fait ma petite enquête et il semblerait que l'anglais, c'est beaucoup pour faire chic, et surtout moins plouc¹. Eh bien, et cela n'en-

sous peu au projet de la marque commune So Sauternes, avec des sélections issues de jeunes vignes. Bien sûr qu'avec ce cocktail il y a « dilution, mais qui renforce les arômes et conserve l'ADN du sauternes. Ce n'est pas une blague, c'est bon ! » ajoute notre ami Michel.

Avec une telle approche, je ne vous dis pas les levées de bouclier. Certains parlent d'un vin haut de gamme et élitiste qui se vend mal. Peut-être que les sommeliers n'ont pas fait leur travail jusqu'au bout. Pour ma part, je pose la question : les vins de ce type (sauternes, barsac, monbazillac, etc.), trop souvent largués aux oubliettes, au mieux condamnés à côtoyer foie gras et desserts, ne seraient-ils pas plutôt figés dans une image passéiste qui les ringardise à côté des autres vins sucrés de la planète (vins de glace, vendanges tardives, vini santi, etc.) beaucoup plus à la mode certes, mais qui sont souvent beaucoup plus chers, et, n'hésitons pas à le dire, parfois moins bons, ou manquant d'équilibre. Je connais des vins de glace canadiens qui profitent de la renommée de ceux qui travaillent bien pour vendre à des prix abusifs des cuvées qui n'ont aucun intérêt tant la finesse, la subtilité et l'équilibre ne sont pas au rendez-vous. Ce n'est pas parce que c'est écrit *Vin de glace* sur une étiquette que c'est automatiquement délicieux.

gage que moi, je trouve qu'on fait très plouc quand on parle une langue qu'on ne maîtrise pas, avec souvent un accent à couper au couteau, juste pour faire moderne et dans le vent. C'est un peu comme une femme qui tient à tout prix à porter des talons aiguilles. La pauvre, en plus d'une allure qui donne l'impression qu'elle marche sur des œufs, pire encore, sur un champ de mines, elle souffre en se tordant les chevilles pendant que les autres se tordent de rire...

Pour revenir à la langue de Shakespeare, je viens d'apprendre que la cave coopérative de Saint-Tropez a mis en vente un rosé qui porte le nom de MIST, pour « *made in Saint-Tropez* ». Bravo ! Mais le vin cause problème – un peu – pour la clientèle anglo-saxonne

puisque *mist* signifie en anglais « brume » ou « brouillard ». Pire encore pour la clientèle germanique qui se rebiffe avec raison devant une cuvée qui porte, en allemand, le joli nom de « fumier »... !

Et pas plus tard qu'hier, je reçois ma *newsletter* des Mots du vin, un site français qui me plaît puisqu'on y parle de vins et de mots. En plus, et ce n'est pas négligeable, il est tenu par une femme sympathique qui écrit bien (elle s'appelle Nadine Couraud ; www.les-mots-du-vin.fr). Or, à voir les anglicismes qui sévissent dans ses pages, j'en déduis qu'elle reprend *in extenso*, pour bien nous informer, les communiqués de presse qu'elle reçoit. J'y découvre que c'est à Beaune qu'aura lieu le prochain *wine track* sur les fraudes et les contrefaçons. Sur la page intitulée « Le Vin quotidien », j'ai le bonheur d'avoir des nouvelles du site My Vitibox et de la *start-up* Les Grappes ; que les Vignerons de Buzet, pas loin d'Agen, viennent d'obtenir le label *Bee friendly* sur leur vignoble de Gueyze, et que la société Vitirover ouvre son capital par le biais d'une opération de *crownfounding*. Pour faire changement, j'apprends dans la foulée, entre deux nouvelles, qu'on vient d'ouvrir un bar à vin au centre de soins palliatifs du CHU de Clermont-Ferrand...

Bon, ce n'est pas pour faire le *buzz*, mais j'ai un *brainstorming* pour une *master class* que je dois préparer, et ensuite un *after-work* au bureau de ma *holding*, suite à un *audit* qui s'est bien déroulé. Et puis demain, je suis invité pour le *lunch* à un *open house* à Pomerol, avant d'aller à Bordeaux assister à un *job dating* dédié aux métiers de la vitiviniculture. Je ferai d'abord un *stop* au *pressing* pour récupérer mes *jeans*, en même temps que les *leggings* de ma femme et le *sweat* de ma fille, puis j'irai au *discount* pour le cocktail de demain soir. Heureusement, j'ai ma *check list*, et je passerai peut-être par le *drive*. J'ai appelé la *baby sitter*, elle termine un *master* en *marketing* du vin pour faire plus tard du *consulting*. Je l'ai rassurée ; elle pourra regarder en *prime time* et en *live*, après l'émission *The Voice*, un *has been* sympathique qui va présenter son *best of*...

Le texte d'une de mes chansons, écrit il y a dix ans :

SI TU VEUX VIVRE VIEUX

Jadis, ils buvaient du vin
sans se poser trop de questions
et sortaient leur tire-bouchon
pour le plaisir, jamais en vain
Maintenant ça fait bien
de dissenter sur un grand cru
par des propos incongrus
à l'oreille du béotien

REFRAIN

Comme le disait ma tante
il y a des choses plus importantes
si tu veux vivre vieux
ne te prends pas trop au sérieux

Il a lu dans le *wine spect*
qu'il ne faut pas se procurer
ces vins aux années suspectes
qui sont beaucoup trop dilués
On veut d'la confiture
des vins boisés et concentrés
et pas de demi-mesure
au diable la subtilité
REFRAIN

S'il n'a pas quatre-vingt-seize
une note venue on ne sait d'où
le vin est d'une fadaise
une vinasse de mauvais goût
boire une belle étiquette
à la place de son contenu
c'est pas mieux qu'une piquette
versée dans une bouche ingénue
REFRAIN

Nous qui prenons la plume
pour livrer nos impressions
faisons-le sans prétention
ça changera de la coutume
de ceux, qui ont parfois
une tendance à pontifier
et faire croire, comme les Gaulois
qu'ils détiennent la vérité
REFRAIN



Les idées reçues
sont des maladies contagieuses.

Esther Rochon, romancière québécoise