



EN HOMMAGE A L'ANGEVIN RENE RENOU

« L'AOC n'est pas à la hauteur de ce qu'elle promet. On affirme aujourd'hui au consommateur des choses qui ne sont pas avérées. Nous avons un devoir de transparence auprès du consommateur. » René Renou.

Bonjour

Au **Salon des Vins de Loire à Angers**, les 5, 6 et 7 février 2007, pour la première fois depuis des années, nous n'avons pas vu, pas entendu l'angevin René Renou, le dernier président du Comité Vins de l'INAO, aller de stand en stand discuter avec les vigneron, goûter les vins, blaguer.... Et il faut bien dire qu'il a été le grand oublié officiel du Salon....

POURQUOI ? avant de vous parler de mes vins, je pense qu'il faut parler de la situation des vins en France...

LA REFORME DE L'INAO ET DES AOC est lancée officiellement en France depuis décembre 2006. Cela ne doit pas être de la cuisine interne aux producteurs, **CELA VOUS CONCERNE DIRECTEMENT**, vous les importateurs, cavistes, distributeurs, agents...., et vos clients, les consommateurs : *pouvez vous avoir confiance dans les signes d'identification de ce que vous achetez, de ce que vous vendez, de ce que vous consommez ?*

Depuis des années, pour ce qui est des vins d'AOC, c'est clair : la réponse est NON. L'AOC a pour vocation de garantir une origine, dans le sens d'une expression forte d'un terroir. Or avec la viticulture productiviste, soumise à la chimie et à l'œnologie correctives systématiques, la dérive depuis quarante ans a été profonde. Il y a eu une vraie amélioration moyenne de la qualité, mais une rupture avec l'AOC, un mélange sous la même étiquette de vins de terroirs et de vins standardisés, quelles qu'en soient les qualités. Comme de plus n'importe quel vin se vendait s'il était français, les extensions des zones d'AOC ont été massives, souvent sans justification quant à la réalité de la qualité des terroirs.

Avec une minorité de vigneron qui se révoltaient contre cette dérive et les mensonges aux consommateurs qui vont avec, un homme avait mis les pieds dans le plat, avec un courage immense, face à une profession qui préfère garder la tête dans le sable et espère vainement continuer à tirer le terroir caïssé en fantasmant sur une situation passée de rente de notoriété : **RENE RENOU**, vigneron angevin président du Comité Vins de l'INAO. Il avait obtenu au bout de six ans de bagarre un vote de l'INAO pour organiser une transparence beaucoup plus correcte de l'offre vins français.

René Renou mort brutalement, les rétrogrades de la profession, responsables bordelais en tête, se sont précipités pour enterrer sa réforme avec lui. L'Etat plus sensible aux pressions corporatistes et financières à court terme que soucieux de piloter une stratégie de défense patrimoniale, est en train d'engager une réforme beaucoup moins claire. Elle donne, c'est vrai, la possibilité d'essayer d'améliorer les AOC, mais le risque est aussi certain de laisser la voie ouverte à ceux qui veulent liquider l'esprit de l'AOC pour adopter en réalité une politique de marques. C'est très net à Bordeaux, où les responsables, qui influencent la filière nationale, ont affiché la couleur: les vins d'AOC doivent pouvoir tout faire ce qui est permis par le plancher des normes internationales : vous buvez un Grand Cru, vous buvez des copeaux, de l'osmose, de la betterave, du gros rendement, etc....du moment que c'est très cher, et que ça marche à l'export, c'est de l'AOC, c'est du terroir... !

Deux catégories sont directement bafouées par cette stratégie : les vigneron respectueux du terroir, qui se trouvent en situation de concurrence déloyale. Et les consommateurs, auxquels on fait prendre des vessies pour des lanternes.

EARL DOMAINE PATRICK BAUDOUIIN - Princé - 49290 CHAUDEFONDS - SUR - LAYON - FRANCE

Tél./Fax : < +33 (0)2 41 78 66 04 – E.mail : contact@patrick-baudouin-layon.com

www.patrick-baudouin-layon.com

SIREN ANGERS 420 976 326 - TVA FR48420976326.0017 – ACCISES FR094012E0194 – EARL Capital 15 245 €

ET LES VINS D'ANJOU DANS TOUT CA ?

Je suis vigneron dans l' « Anjou Noir » cette partie ouest de l'Anjou, soumise à l'influence atlantique, aux sols primaires de schistes, grès, volcaniques, d'ardoise et de charbon. Une région viticole qui, pour l'essentiel, vend au négoce des vins de base pour des créments, et des Cabernet d'Anjou, rosés avec sucres résiduels souvent issus d'enrichissement. L'autre marché est avant tout un marché de particuliers « traditionnels » qui achètent un prix avant tout, beaucoup « en cubi », des vins qui certes ont progressé mais restent en grande partie des cabernet végétaux « typiques » et des layons fabriqués à la betterave. Pourquoi pas ? Sauf que tout cela est proposé au marché sous les mêmes étiquettes d'AOC....

Le résultat est que la notoriété globale des vins d'AOC de *l'Anjou noir* est catastrophique (un peu moins pour Savennières). Et que les vignerons qui sont dans l'éthique de respect du terroir, de l'esprit originel de l'AOC, de l'environnement, du consommateur, sont noyés dans une image globale de moyenne ou bas de gamme.

POURTANT

Nous avons de beaux **terroirs**, sols minces sur les coteaux, bien exposés, bien drainés. Les schistes, que ce soit à Porto, dans la Moselle, ou à Côte Rôtie ou à Banyuls, n'ont pas une si mauvaise réputation viticole que cela... !

Le cépage **chenin** est le cépage phare de l'Anjou ligérien. Il est reconnu comme un des plus grands cépages blancs, capable, comme ici dans sa limite nord de maturité, et s'il est bien conduit, d'être un vrai révélateur de terroirs, capable de donner les plus belles minéralités comme de magnifiques expressions de botrytis....

Les **cabernet** ont connu aussi une nette évolution, vers plus de maturité, plus de fruit, plus de matière, et deviennent des rouges de schistes intéressants.

Et avec un environnement humain institutionnel (inao) technique et scientifique de qualité (inra gddv etc..) la région a globalement progressé et un certain nombre de vignerons ont été capables d'améliorer considérablement les vins de leurs terroirs.

Mais quels que soient ces efforts, nous restons largement plombés sur le marché que René Renou appelait « premier segment des AOC », ou « vins de rêve », ou « AOC d'Excellence », ou encore « Site et Terroir d'Exception » qu'il appelait de ses vœux, par cette confusion de l'étiquette actuelle « AOC fourre-tout ».

POURTANT

Vous qui achetez et commercialisez nos vins, vous n'avez, pour beaucoup d'entre vous, pas ménagé vos efforts pour faire connaître ce qui vous plaisait de notre région.

Une partie de la presse a aussi essayé honnêtement –non sans parfois se heurter, se soumettre, à la dure loi du plus fort des annonceurs- de les mettre en valeur....

Mais très souvent, et particulièrement en cette période de crise et de mutation, la difficulté de vendre nos vins de terroir à un prix permettant de rémunérer le travail nécessaire à leur production se heurte, MALGRE VOS EFFORTS, à ce manque de transparence, à cette confusion de l'étiquette pour le marché. Combien d'entre vous nous disent : « c'est bon mais alors ...vendre de l'Anjou ! ! ! ? ? ? » Pour les plus déterminés, les plus fous.. ? d'entre vous, cela se manifeste par un surcroît de travail, de mise en valeur, de communication, et donc...à un surcoût...peu encourageant à un moment difficile...

QUE POUVEZ VOUS FAIRE, IMPORTATEURS, CAVISTES, RESTAURATEURS, DISTRIBUTEURS, AGENTS ...CONSOMMATEURS.....?

Je suis persuadé que vous avez un rôle important pour obtenir une réforme efficace des AOC en France. Car vous êtes à l'interface des producteurs et des consommateurs. Vous êtes complètement concernés par le manque d'honnêteté, de lisibilité de l'offre du vin en France. Vous pouvez à la fois faire pression sur la profession pour qu'elle change d'attitude et devienne responsable dans la lisibilité des produits, à la fois sur les consommateurs en participant à leur prise de conscience de la situation (voir le rôle important des associations de consommateurs dans la prise de conscience de la crise des AOC), à la fois sur les pouvoirs publics en tant que professionnels et citoyens, acteurs d'un secteur économique important.

SANS LE SOUTIEN ET LES EXIGENCES DES METTEURS EN MARCHÉ ET DES CONSOMMATEURS, LES VIGNERONS QUI SE BATTENT POUR UNE VRAIE REFORME DE LA SEGMENTATION DU VIN EN FRANCE RESTERONT MINORITAIRES, ET L'OFFRE RESTERA UN MAQUIS MENSONGER.

LES CONSOMMATEURS DOIVENT EXIGER DE SAVOIR CE QU'ILS ACHETENT, CE QU'ILS BOIVENT.

CETTE PRESSION DES CONSOMMATEURS EST INDISPENSABLE POUR CONVAINCRE ET CONTRAINDRE LES PRODUCTEURS A ADOPTER LA TRANSPARENCE. Patrick Baudouin 31 janvier 2007 www.seve-vignerons.fr