

Territoires du vin

ISSN : 1760-5296

: Université de Bourgogne

10 | 2019

Vigne, vin, alimentation, santé

Les routes des vins vers l'œno-gastronomie

16 October 2019.

Sophie Lignon-Darmaillac

🌐 <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1753>

Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Sophie Lignon-Darmaillac, « Les routes des vins vers l'œno-gastronomie », *Territoires du vin* [], 10 | 2019, 16 October 2019 and connection on 21 November 2024. Copyright : [Licence CC BY 4.0 \(https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1753>

PREO

Les routes des vins vers l'oeno-gastronomie

Territoires du vin

16 October 2019.

10 | 2019

Vigne, vin, alimentation, santé

Sophie Lignon-Darmaillac

🔗 <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1753>

Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Introduction

L'œnotourisme, incontournable pour enrichir le tourisme gastronomique

L'œnotourisme, déguster partout et toujours, entre vignes et caves

Au-delà de la dégustation, les alliances mets et vins de la restauration

Conclusion

Introduction

- 1 Les routes des vins sont nées hors de toute considération touristique, dans des périodes durant lesquelles l'économie viticole traversait des crises, où la viticulture naissante nécessitait une vitrine pour faire connaître ses vins et mieux les vendre. Aujourd'hui, les routes du vin se multiplient partout dans le monde, comme une urgente nécessité, pour développer l'œnotourisme à travers de nouveaux itinéraires touristiques.
- 2 Plus que jamais l'œnotourisme gagne les plus petits vignobles en multipliant des destinations, par des routes qui traversent des appellations prestigieuses ou non, des régions touristiques très courues ou plus confidentielles. L'œnotourisme nous conduit à considérer non pas uniquement les relations entre vins et terroirs, mais entre vins et cultures alimentaires, entre vignobles et patrimoines. Les chais deviennent des lieux de visite, les vignes des parcours de jeu ou des es-

paces d'expositions. Les routes des vins deviennent des itinéraires alternatifs pour des expériences nouvelles, entre culture et nature. Dans les caves, comme à l'occasion des pauses de restauration, elles mettent plus qu'ailleurs, les vins locaux à l'honneur et les conjuguent aux mets les plus emblématiques des étapes culinaires du parcours touristique. Désormais, l'œnotourisme n'invite pas à la visite exclusive des caves du territoire visité, mais valorise le repas gastronomique à la française, autrement dit, la dégustation dans le cadre d'alliances mets et vins, non pas le vin pour lui-même, mais le vin comme révélateur de saveurs. Les routes deviennent des réseaux d'adresses entre caves et restaurants, maisons des vins et musées, lieux d'hébergement et lieux de visite.

- 3 Quels sont ces nouveaux enjeux, quelles sont les spécificités de l'œnotourisme comme tourisme gourmand? Comment se construit ce tourisme œnogastronomique aux multiples accords, entre mets et vins, entre restaurants et vignobles, entre caves et restaurants? Comment, en France, le vin est-il au cœur de la gastronomie, indissociable du « repas à la française » classé au patrimoine mondial? Désormais, l'œnotourisme renforce à la fois l'économie viticole en soutenant les ventes de vins, et enrichit l'offre touristique par des expériences, des événements originaux, pour beaucoup très novateurs entre vin, gastronomie, tourisme et développement.

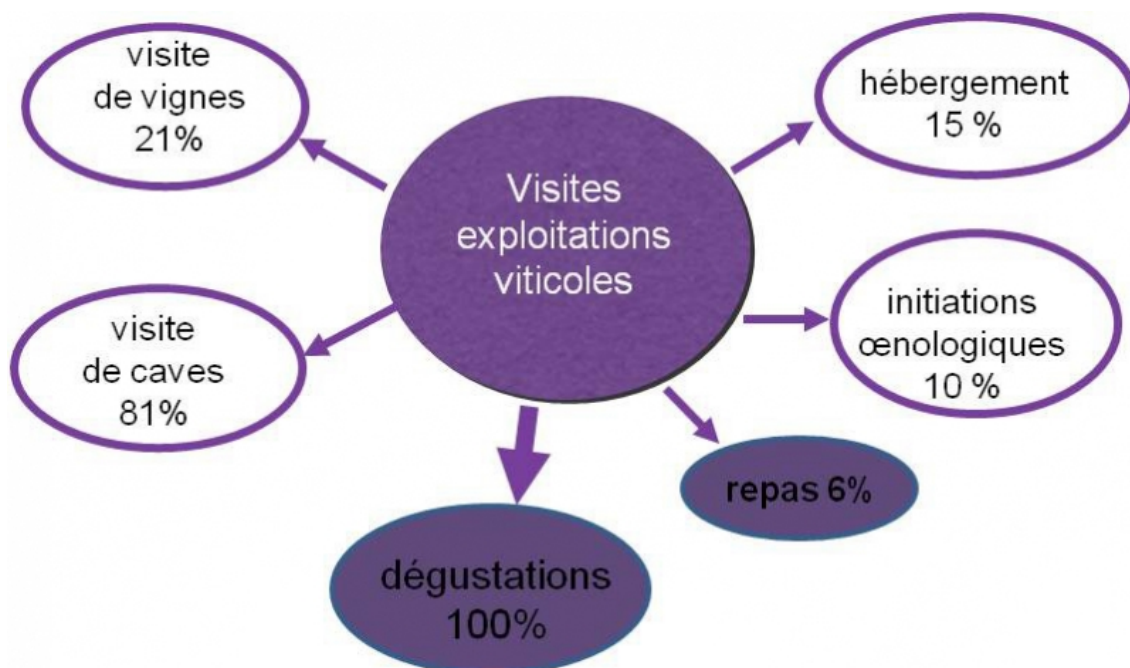
L'œnotourisme, incontournable pour enrichir le tourisme gastronomique

- 4 En se développant un peu partout, cette forme d'agritourisme multiplie les visites d'exploitations pour renforcer les ventes des vins de la propriété, mais aussi comme offre alternative d'un tourisme culturel régional, autant en milieu rural qu'en ville. Peu à peu, face à la demande d'un nombre grandissant de visiteurs, le vigneron, le propriétaire du domaine, délègue à un guide salarié de son exploitation, la visite de ses vignes ou de ses chais. La dimension touristique de l'œnotourisme se construit entre un plus grand nombre d'acteurs, les visites s'inscrivent plus rigoureusement dans des horaires imposés, les visites deviennent systématiquement payantes, elles s'organisent en

groupes plus ou moins importants, en différentes langues. Elles proposent de découvrir une histoire, des traditions, de s'immerger dans un monde pour beaucoup inconnu, particulièrement riche et multi sensoriel, visuel, olfactif, gustatif, en jouant sur la possibilité de déguster à l'aveugle, en intérieur ou en extérieur, de visiter de jour comme de nuit, à la recherche d'expériences insolites!

- 5 Si la première route des vins française, la route bourguignonne des grands crus est inaugurée en 1934, la route des vins d'Alsace et celle des vins de Champagne en 1953, plus tardivement depuis les années 1990, les routes des autres vignobles français, ces routes du vin s'inscrivent dans une reconnaissance plus ancienne du patrimoine alimentaire français¹. Dès le début des années 1920, entre 1921 et 1928, Maurice Edmond Sailland (dit Curnonsky) et Marcel Rouff, publient en vingt-six fascicules (reliés en six volumes), *La France gastronomique, Guide des merveilles culinaires et des bonnes auberges françaises*, véritable incitation à voyager vers des villes ou régions de spécialités alimentaires reconnues, destinations gourmandes de grande notoriété, à laquelle appartient le patrimoine viticole. Ces guides mettent en avant, pour la première fois, la "sainte alliance" qui unit tourisme et gastronomie. Pour autant, l'œnotourisme ne se développe que tardivement, initialement pour renforcer les ventes directes à la propriété, bien plus récemment pour « éduquer » les consommateurs au goût du vin en une période où la consommation de vin ne cesse de diminuer, de moitié, en l'espace d'une génération depuis le début des années 1960. Pour initier les jeunes consommateurs pour lesquels le vin devient une boisson occasionnelle, pour enrichir et permettre de diversifier la consommation des touristes plus âgés, la dégustation à la propriété devient une offre incontournable dans toutes les caves ouvertes au public (Illustration1).

Illustration1 : L'offre française de l'œnotourisme, priorité à la dégustation



- 6 L'œnotourisme s'intègre ainsi à la catégorie du "culinary tourism" des États-Unis, au "tasting tourism", "food and wine tourism" anglo-saxon, au "tourisme gastronomique" européen revendiqué d'emblais par les Italiens comme un tourisme "enogastronomico" le long de ses « routes des vins et des saveurs ».
- 7 Comme tout autre touriste, l'œnotouriste doit se restaurer, autrement dit, non seulement goûter le vin de la propriété visitée, mais découvrir aussi les spécialités culinaires régionales de son vignoble. Réciproquement, le viticulteur peut, au-delà de son domaine, valoriser ses vins en conseillant de bonnes tables où ils seront servis, ou en élargissant son offre de visites à des ateliers de dégustation mets et vins, ou mieux encore, en invitant ses visiteurs à déjeuner sur place, à la propriété. Les routes des vins conduisent ainsi à un tourisme œno-gastronomique pour lequel les offres de dégustations de vins sont de plus en plus variées, partagées entre caves, tables d'hôtes et restaurants.

L'œnotourisme, déguster partout et toujours, entre vignes et caves

- 8 En 1992, une charte régionale est reconnue pour développer l'œnotourisme régional bourguignon. La charte d'accueil « de Vignes en Caves » garantit aux visiteurs une dégustation gratuite dans les propriétés qui y adhèrent.
- 9 Plus tard, en 2005 une nouvelle charte assure la qualité de l'accueil « Vignobles et chais en bordelais » en assurant également une dégustation commentée d'au moins un vin fini de la propriété ; le vin est servi à bonne température (présence d'un frigo pour les blancs, rosés et créchants).
- 10 En 2009, Bourgogne Tourisme communique en invitant les touristes à « déguster la Bourgogne ». Elle initie l'opération « de Tables en Caves », puis en 2010 elle inverse la proposition et devient « de Caves en Tables » pour renforcer les liens entre le monde du vin et les restaurateurs. 32 restaurateurs proposent à leurs clients une sélection de 3 vins produits par 79 viticulteurs bourguignons. Les clients sont invités à aller visiter les propriétés des producteurs des vins dégustés. Réciproquement, les vignerons recommandent à leurs convives, des restaurants labélisés « de Vignes en Caves ». «Dégustez la Bourgogne» fait profiter des «coups de cœur» des viticulteurs et restaurateurs locaux. Pour cela, les restaurateurs accordent leurs mets avec les vins des viticulteurs aux alentours. Quant aux viticulteurs, ils conseillent les restaurateurs qui proposent des plats autour de vins issus de leur propre production. «De Tables en Caves» invitent les restaurateurs à proposer une sélection de vins, issus de propriétés de la région, à déguster au verre ou à la bouteille. Réciproquement, les viticulteurs labellisés «De Caves en Tables» recommandent plusieurs restaurants à proximité de chez eux, où il est possible de déguster leurs vins à table, autour d'accords mets et vins.
- 11 Aujourd'hui, quelles que soient les recommandations des chartes régionales, comme nous le notions plus haut, partout en France, 100% des exploitations ouvertes à la visite proposent une dégustation. La dégustation en tant que telle, n'est plus un signe distinctif; Pour faire jouer la concurrence, elle se doit donc d'être différente d'une pro-

priété à l'autre. En Californie, en Afrique du Sud, en Amérique latine, en Australie ou en Nouvelle Zélande, tous les vignobles ouverts aux touristes, offrent dans leurs propriétés, une dégustation basique à un coût relativement modique, parfois même gratuitement, cependant leurs offres se déclinent aujourd'hui selon la qualité des prestations. Ces dégustations donnent droit à l'accès à la cave, mais peuvent donner lieu ou non, à une visite, elles peuvent être organisées au bar, au comptoir, dans un chai ou dans les vignes, elles peuvent être commentées ou non par un guide ou un œnologue, elles sont accompagnées ou non de mets. Partout, l'enjeu est l'expérience suscitée autour du vin dégusté, qui est prétexte à découvrir l'âme de la propriété, à travers cet acte si particulier qui invite au dialogue, celui de partager un moment de convivialité autour d'un verre. Le visiteur s'exprime, échange avec les différents membres du groupe, plus qu'un simple touriste, il devient un acteur à part entière de la visite.

- 12 Si nous analysons l'offre des châteaux du Saint-Emilionnais figurant sur le site internet de l'Office de Tourisme de Bordeaux, nous constatons que l'offre en matière de dégustation est particulièrement variée. Comme ailleurs en France, tous les châteaux ouverts au public proposent au moins une formule de dégustation, la moitié d'entre eux en proposent 3 ou 4. L'un d'entre eux, le château De Ferrand, n'a pas moins de 8 formules de dégustations et 3 ateliers différents! Parmi ces visites, plusieurs sont dites « gourmandes », accompagnées de charcuterie ou de fromage, parfois de chocolats! Les modalités de ces dégustations diffèrent, justifiant d'une gamme de prix très variable selon qu'il existe une visite classique, privée (5 châteaux) ou « privilège » (2 châteaux), offrant une simple dégustation de 2 ou 3 vins, une verticale (4) ou une dégustation à l'aveugle (3). Le château de Ferrand annonce un accueil « rare et authentique », le château La Dominique propose de faire « l'expérience du goût », « une expérience unique alliant culture du vin, gastronomie et dégustation », « dans une ambiance chaleureusement contemporaine, pour « s'initier à l'art de la dégustation et enrichir sa culture du vin au sein d'un véritable lieu de vie ». Dans certains cas, les visites-dégustations peuvent être personnalisées, prolongées ou non par un pique-nique ou un repas. Le déjeuner sera alors précédé ou non, d'un cours de cuisine (châteaux Soutard ou Tour Saint Christophe). L'alliance œnologie et gastronomie, s'exprime d'abord par la reconnaissance des qualités organolep-

tiques d'un vin, en recherchant les cépages de l'assemblage, son millésime, mais également en jouant des différents sens à l'œuvre au moment de la dégustation, en offrant l'opportunité de pique-niquer ou de déjeuner au château autour de produits locaux ou de terroir. En montant dans le haut de gamme des dégustations proposées, cette alliance œnogastronomique se forge par l'initiation des accords mets et vins, puis au-delà encore, par des mises en scène de plus en plus sophistiquées, par lesquelles on déguste, on boit, dans les chais ou dans les vignes, mais mieux encore dans les salles à manger privées, qui au-delà de l'art de la dégustation, permettent d'enseigner l'art de la table, des vaisselles d'apparat, d'initier aux codes socio-culturels régionaux. C'est donc en s'inscrivant dans un circuit plus largement gastronomique, que l'œnotourisme permet le mieux de découvrir les vins des vignobles traversés.

Au-delà de la dégustation, les alliances mets et vins de la restauration

- 13 Si les dégustations justifient la visite d'une propriété viticole pour en découvrir leur production, elles s'intègrent aussi peu à peu aux visites de tables d'hôtes, de restaurants, non plus autour d'un ou des vins d'une propriété spécifique, mais autour des vins d'une appellation. Le jeu est ici à la fois de découvrir la diversité des vins d'une même région viticole, mais aussi d'apprécier la richesse de son agriculture, à travers ses différents produits de terroir, magnifiés par des cuisines régionales traditionnelles revisitées par de grands chefs, ou simplement déclinées au cours d'un simple menu du jour. Les œnotouristes sont invités à un programme de visites de quelques caves, d'autres, moins amateurs de vin, se contenteront des visites du patrimoine culturel local ou de quelques randonnées, tous se retrouveront autour des tables régionales et de leurs vins. L'enjeu de l'œnotourisme est donc bien de valoriser la restauration, d'offrir des cartes des vins que les restaurateurs puissent conseiller pour faire découvrir les noms les moins connus, parfois mal distribués lorsque l'appellation est confidentielle et de faible notoriété, offrir à chacun l'opportunité d'une dégustation originale dont le souvenir inspirera des achats et

des consommations futures. L'exemple du château de Peyralade, en Roussillon, est en ce sens assez révélateur. Il ne s'agit pas ici d'une propriété viticole, mais de chambres et table d'hôtes tenues par un œnologue et son épouse. Ils accueillent pour un « séjour au cœur d'un territoire historique et viticole » et affichent leur adresse comme une offre en « Œnotourisme et gastronomie en Roussillon ». Depuis 2013, ce pôle œnotouristique propose de promouvoir des vignobles, le travail des vignerons et des vins qu'ils produisent, « en relation avec le patrimoine historique, culturel, social et gastronomique des lieux et en association avec tous les acteurs du développement touristique local : hébergeurs, restaurateurs, artisans, commerçants, animateurs d'activités sportives et de plein air, musées, festivals »². Hors des grandes routes des vins, dans la vallée de l'Agly, en pays cathare, ils offrent des séjours œnologiques et gastronomiques, pour faire connaître les crus des Pyrénées-Orientales tel le Maury et le Banyuls, mais également les vins de Rivesaltes, le Muscat de Rivesaltes, les Côtes du Roussillon et ceux des Côtes catalanes.

- 14 Œnologue et formateur à la dégustation et à l'analyse sensorielle, Xavier Maury propose différentes « approches œnologiques ludiques ou plus techniques pour démystifier le vin et sa consommation » : la découverte des terroirs des vins du Roussillon, les vins doux naturels, les grands crus Maury et Banyuls ... Il propose également de rencontrer des vignerons à travers ses « escapades vigneronnes ». Parallèlement, pour renforcer cette sensibilisation à la culture du vin, son épouse propose une cuisine traditionnelle et gastronomique: un apéritif qui précède le dîner qui conjugue les vins de la région, et les produits locaux, les légumes de la plaine du Roussillon ou les champignons des forêts selon les saisons, les poissons de Méditerranée les viandes des montagnes, des fromages « affinés maison », essentiellement fermiers, toujours au lait cru.
- 15 Cet exemple montre bien que l'œnotourisme s'organise au sein de quelques propriétés viticoles, mais nécessite un réseau plus large d'acteurs beaucoup plus diversifiés, incluant les hébergements et des offres de restauration de qualité, des lieux d'intérêt culturel, églises, monastères ou châteaux, musées ou parcours pédestres, équestres ou pistes cyclables... Depuis 2006, un « guide de la Route des Vins et des Terroirs du Roussillon » est publié associant des adresses directement liées à la viticulture, d'autres à divers producteurs de produits

de terroir de Midi Pyrénées (huile d'olive, miel, safran...), d'autre affichent les adresses cataloguées « restauration et gastronomie ». Plus que des itinéraires imposés, il s'agit de visites, proposées à l'échelle du Roussillon depuis 2018 sous le label « Vignobles & Découvertes ». Qui oriente les touristes, soit vers une destination « Vins & patrimoine en pays cathare » ou vers « La Narbonnaise, surprenante Méditerranée » sur les « Routes des vins et des terroirs du Roussillon ».

- 16 Le Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon, la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, le Département des Pyrénées-Orientales et l'Agence de Développement Touristique, assurent ensemble la promotion de l'offre agri/oenotouristique du département. Elle s'appuie sur un partenariat avec des réseaux existants de marques collectives, celle de Vignobles et Découvertes mais aussi les labels Gîtes de France, Bienvenue à la Ferme, Toques Blanches, CIVAM Bio, Logis de France, Le Grenat de Perpignan, Vignobles et Découvertes, Clévacances, Marchés de Producteurs de Pays, Marque du PNR Pyrénées Catalanes, qui ensemble, mettent en avant l'offre culturelle et gastronomique du Roussillon.
- 17 Si le Roussillon a initié ce tourisme de terroir, aujourd'hui, partout où se développe l'œnotourisme, les touristes sont invités à « déguster » les paysages, autant que les produits de leurs campagnes. Les publicités invitent à « déguster la Bourgogne », déclinent les offres de balades « belles et savoureuses ». A l'échelle des propriétés viticoles, l'offre s'élargit aussi, au-delà de leurs vins, à une offre de restauration spécifique. Dans le Bordelais, le château La Dominique, à Saint-Emilion, propose de s'initier à l'art de la dégustation en vivant « une expérience unique, alliant culture du vin, gastronomie et dégustation ». Son restaurant, La Terrasse rouge, propose une carte des vins d'environ 200 références. Des flacons parfois exceptionnels, français (dont particulièrement les châteaux La Dominique, Fayat, et Clément Pichon) et étrangers, mais aussi des crus plus modestes. Lors du repas, ces vins peuvent être servis au verre, comme autant de belles opportunités de découverte, que ne permettrait pas un service traditionnel. Par ailleurs, la carte « Le bon goût du Sud-Ouest » propose une cuisine conviviale, aux spécialités régionales ré-interprétées au gré des saisons, autour des produits emblématiques, tels le foie gras, la truffe noire, les tomates ou les asperges, le bœuf de Bazas ... Ailleurs, d'autres châteaux préfèrent afficher une « cuisine bourgeoise tradi-

tionnelle plus adaptée à la salle à manger familiale comme au Château Siaurac à Lalande de Pomerol par exemple.

- 18 A l'étranger aussi, l'œnotourisme se décline en offres œnogastronomiques de grande qualité³. A Jerez de la Frontera où la crise économique de 2008, a aggravé les effets de la crise viticole des années 1990, la reconversion de caves en restaurants, permet de faire redécouvrir des vins, d'initier de nouvelles modes de consommations. Le restaurant la Carbona, est devenu un haut lieu gastronomique, à travers « des plats dont le vin de Jerez est le protagoniste », tant dans les recettes que dans les accords mets et vins des cartes proposées. Le chef Javier Muñoz, cherche à recréer l'essence du vignoble dans sa gastronomie. Il élabore de nombreux plats avec des vins de Jerez, et propose deux menus spéciaux « accords mets et vins », « Albariza » (nom du terroir jérézan) et « Solera » (nom du rang de barriques dont on tire le vin non millésimé selon un procédé bien spécifique à l'appellation). L'offre gastronomique s'inscrit ainsi de plus en plus systématiquement dans les grandes maisons viticoles, à la hauteur des moyens mis en œuvre pour développer l'œnotourisme. Ainsi, dans la même ville, la cave espagnole la plus visitée, Gonzalez-Byass, organise à Jerez au mois d'août, un « festival Tio Pepe » qui propose les « dîners des étoiles », menus de grands chefs étoilés accompagnés de concerts tout aussi prestigieux. Dans le cadre de ces nuits estivales, les vins de l'entreprise sont proposés dans de multiples accords mets et vins ouverts à d'autres appellations espagnoles ou étrangères.

Conclusion

- 19 Désormais, l'œnotourisme ne peut se développer sans associer à la découverte, à la promotion, à la dégustation des vins, les produits des terroirs visités. Dans l'esprit du « repas gastronomique des français » inscrit à l'UNESCO depuis 2010, les pays viticoles historiques, ont les premiers, valorisé la culture du vin comme élément incontournable du repas, au point de l'introduire souvent dès l'apéritif. Leurs routes du vin se sont ainsi intégrées à des itinéraires plus complexes, réseaux d'adresses de lieux de visites et de consommations, dont le vignoble est le cadre privilégié que l'on découvre par la route et les sentiers vigneron. Les vignes offrent ainsi plus que leurs fruits, un décor pour des pique-niques, un cadre de choix pour des terrasses

de restaurants, des lieux originaux pour déguster de jour comme en soirée, pour des dégustations multi-sensorielles, parfois musicales. L'oenotourisme offre des expériences inoubliables pour lesquels le vin est appelé à sublimer les mets de chaque cuisine régionale.

1 Lignon-Darmaillac Sophie, « Trouver sa route ou se perdre dans le vignoble ? Les routes du vin, une géographie multidirectionnelle, la nouvelle alliance du tourisme et du vin », in Bourdeau L. et Marcotte P. [dir.], *Les routes touristiques*, Presses Universitaires de Laval, p. 140-151, 2015.

2 <http://www.chateaupeyrade.fr/oenotourisme-languedoc-roussillon/> consulté le 9 septembre 2019

3 Lignon-Darmaillac Sophie, « Les nouveaux territoires des alliances mets et vins: déguster, manger, boire et rêver », in *Vin et gastronomie. Regards croisés*. J Pérard et O Jacquet [dir.], Dijon, éd. universitaires de Dijon, 2019, p. 229-240.

Français

L'oenotourisme propose avant toute chose la découverte d'exploitations, de leurs chais, autrement dit, l'opportunité de découvrir, de déguster les vins des domaines visités. Cette pratique a évolué, s'est enrichie de nouvelles propositions, au sein des caves, mais aussi dans les vignes, ou ailleurs dans le vignoble dans de nouveaux lieux de visites tels les musées du vin, de plus en plus divers. En France, le label Vignobles & Découvertes, en Espagne les « *Rutas del vino* », ou les « *Caminos del vino* » argentins, mettent en réseau les propriétés viticoles, autant que les autres acteurs du tourisme présents dans le vignoble. Les routes des vins offrent donc l'opportunité de déguster, non seulement dans les caves, mais aussi dans une grande diversité de lieux, selon des offres de plus en plus diversifiées. Les accords mets et vins plus ou moins originaux, justifient le prix de la visite, et invitent à découvrir non seulement la production vinicole mais aussi, de plus en plus souvent, les produits du terroir, les cuisines régionales, ou inspirent même de nouveaux restaurants, enrichissant l'offre oenotouristique en une offre oenogastronomique.

Nous étudierons des exemples précis de propositions d'accords mets et vins, leurs enjeux dans le cadre de visites oenotouristiques, sur différentes routes de vignobles, français, espagnols ou californiens.

Sophie Lignon-Darmaillac
Université Paris IV Sorbonne