



Professeur Denis Dubourdieu
Faculty of Oenology, Talence-Bordeaux
Faculté d'œnologie Talence-Bordeaux

Some thoughts on the value of wine

Thanks to the spread of knowledge, we can produce large quantities of cheap wine in many places across the world. The necessary conditions are well known : a hot, relatively dry climate, the technical possibility, within the regulations, to irrigate if necessary, and a cheap work force. For the future, it's not obvious that all the dry climate vineyards will have sufficient available water, but for the moment thanks to irrigation, large quantities of satisfactory quality wines can be produced cheaply. European vineyards which don't have all these competitive advantages will always have higher production costs than their competitors in the hot, irrigable zones. They are thus obliged to look for ways of getting the most out of their products. However, refining a wine with a high added value is not easy, and today, more than ever, it is the result of a complex mix of technical know how, both business and financial and ... time.

The value of wine, like that of art is the result of three communities, equally demanding on quality, coming together : producers, customers, merchants. Putting too much store by the critic's influence, supposedly guiding the customers in an essential but not exclusive role, is risky. Wine is ever « the customer's son ». Demanding customers equal demanding producers and merchants. In other words, the demanding salesman must find the demanding customers capable of paying the price for what they like ; the rest are just sold the price.

Capacity for conservation, and aging while developing its originality are determining factors of the value of wine. Expensive wines have typical characters capable of aging well, and selling a wine of a certain value is to sell its future, gustatory and commercial. It is also selling a status-enhancing image for the drinker, buyer or giver of a famous cru.

The relations between typical character, climate and choice of variety are also very important. The more the varieties can attain complete maturity over a long growing cycle the more they can express themselves. Insufficiently ripe grapes or ones over-ripened in a too hot climate will not produce 'typical' wines. The former always give bad wines, the second, whether faultless or not, all resemble each other regardless of origin and are only good at limited aging. Wines with a typical character and which can be kept, are mainly obtained from varieties cultivated at their southern - septentrional - limit in the northern hemisphere (or meridional in the southern). For example Merlot, the Cabernets and Petit Verdot in Bordeaux, Syrah in Tain l'Hermitage, Chardonnay or Pinot in Bourgogne, San Giovese in Tuscany, Tempranillo in Rioja, Albarino in Galicia, Sauvignon blanc in Sancerre or in New Zealand, etc.

Thus, a wine's typical character and value are only obtained in 'limit' situations. But this comes at a cost because winemaking there is delicate, thus costly. The terroir is not, as stated too often, a privilege or a gift of nature, rather, almost always a natural handicap to be overcome by the winemaker's genius and valorized by the merchant's. ■

Réflexions sur la valeur du vin

Grâce à la diffusion des connaissances, on sait produire de grandes quantités de vin à bas prix en de nombreux endroits du monde. Les conditions à réunir sont bien connues : un climat chaud et relativement sec, la possibilité technique et réglementaire d'irriguer si nécessaire et une main d'œuvre à faible coût. Il n'est pas sûr que tous les vignobles à climat sec puissent disposer, dans l'avenir, d'eau en quantité suffisante, mais, pour l'heure, grâce à l'irrigation, ils permettent de produire beaucoup à faible coût, des vins de qualité satisfaisante. Les vignobles européens qui ne possèdent pas tous ces avantages concurrentiels, auront toujours des coûts de production plus élevés que leurs concurrents des zones chaudes et irrigables ; ils sont condamnés à rechercher la valorisation maximum de leurs produits. Mais élaborer un vin à forte valeur ajoutée n'est pas chose aisée. Aujourd'hui plus que jamais, cela résulte d'une combinaison complexe de savoir-faire technique, financier et commercial et ...de temps.

La valeur du vin, comme celle de l'art, résulte de la rencontre de trois communautés également exigeantes sur la qualité : producteurs, clients et marchands. La critique, censée orienter le client, joue aussi un rôle essentiel mais pas exclusif. Trop compter sur sa seule influence est risqué. Le vin est toujours « le fils du client ». A clients exigeants, producteurs et marchands exigeants. En d'autres termes, le vendeur exigeant doit trouver des clients exigeants capables de mettre le prix pour acquérir ce qu'ils aiment ; aux autres, il ne peut vendre qu'un prix.

L'aptitude à la conservation, la capacité à vieillir tout en développant son originalité est un facteur déterminant de la valeur du vin. Les vins chers sont des vins typiques capables de bien vieillir. Vendre un vin d'une certaine valeur, c'est vendre son futur, à la fois gustatif et commercial. C'est aussi vendre une image valorisante pour qui boit, achète ou offre le cru réputé.

Les relations entre typicité, climat et encépagement sont aussi très importantes. Les cépages s'expriment d'autant mieux qu'ils peuvent atteindre leur maturité complète au terme d'un cycle végétatif long. Les raisins insuffisamment mûrs, ou au contraire sur-mûris sous un climat trop chaud pour eux, ne permettent pas d'obtenir des vins typiques. Si les premiers donnent toujours de mauvais vins, les seconds, même sans défauts, se ressemblent tous quelles que soient leurs origines et n'ont qu'une aptitude au vieillissement limitée. Les vins typiques et de garde sont essentiellement obtenus par des variétés cultivées à leur limite septentrionale dans l'hémisphère nord (ou méridionale dans l'hémisphère sud). C'est le cas du Merlot, des Cabernets et du Petit Verdot à Bordeaux, de la Syrah à Tain l'Hermitage, du Chardonnay ou du Pinot en Bourgogne, du San Giovese en Toscane, du Tempranillo en Rioja, de l'Albarino en Galice, du Sauvignon blanc à Sancerre ou en Nouvelle Zélande...etc.

Ainsi, typicité et valeur du vin ne s'obtiennent que dans des situations limites. Mais cela a un coût, car la viticulture y est délicate, donc onéreuse. Le terroir n'est pas un privilège ni un don de la nature comme on le dit trop souvent. C'est presque toujours un handicap naturel surmonté par le génie des vigneron et valorisé par celui des marchands. ■