

Séance du 9 mai 2022

## L'avenir du rosé en France. Une vision à court terme...

Gérard BOUDET

Académie des Sciences et lettres de Montpellier

---

### MOTS CLÉS

Rosé, stabulation, chiquirisation, provence, consommation, marketing, claret, claret, incarnat, pamplemousse, thiol, Tavel, oignon, macération, pressurage, saignée, pelliculaire, fermentation, cépage.

### RÉSUMÉ

Le marché du rosé en France est très porteur d'opportunité. Beaucoup d'investisseurs s'intéressent à ce marché. Les prix en France sont à la hausse. Les précurseurs du développement de ce marché sont les Provençaux. À partir de techniques de vinification élaborées et mises au point dans le Bordelais, des rosés sont élaborés en Provence et génèrent de fortes valeurs ajoutées. Cependant, face à l'évolution du climat, à des contraintes écologiques liées pour beaucoup à cette évolution, le vigneron doit faire face. Son outil de production est adaptable, mais pas dans un immédiat. Une parcelle de vigne se renouvelle tous les trente ans environ. Des technologies nouvelles sont mises au point au fil du temps, au point que le vigneron n'a de cesse de s'adapter à l'évolution climatique, aux techniques de production ainsi qu'aux nouvelles façons de vendre...

Le vin rosé était un vin de « terroir », il est un vin de « savoir » et deviendra un vin de « faire-savoir ».

---

Il m'est agréable de partager avec vous tous un sujet peu traité par notre Compagnie : Le vin rosé et qui plus est, le vin rosé et son avenir. Une boisson pas comme les autres, puisque c'est la seule aujourd'hui qui progresse, en volume et en valeur. N'oublions pas que la région Occitanie est le premier producteur de vin en France avec près de 200 000 ha de vigne, 20 000 exploitations agricoles et une production de 12 millions d'hectolitres, soit 40 % de la production française.

C'est par une double expérience, celle de mes premiers pas dans les années 1970, avec la marque Listel pour le nouveau marché du « Gris qui a un grain », celui de la grande distribution naissante, mais aussi par le fruit du hasard qui m'a, voilà une quinzaine d'années, fait replonger mais de façon plus opérationnelle dans le vin rosé. Une occasion unique pour vous faire partager deux univers du vin à des périodes totalement différentes !

Deux paysages, la Camargue pour Listel, le plat pays avec ses cordons littoraux sablonneux où, jadis, le grenache noir ou gris, allié à un peu de cinsault, à fait bombance au milieu des genévriers, des oliviers de Bohême et des salicornes et, aujourd'hui, les falaises de Calissanne, où courent au milieu des vignes les perdreaux, les bartavelles, deux paysages, qui produisent deux vins complètement différents, deux rosés qui n'ont rien de commun, si ce n'est la couleur.

Et de citer Colette : « La vigne et le vin sont un grand mystère car la vigne seule parmi toutes les plantes peut nous faire comprendre ce qu'est véritablement le goût de la terre ».

Ces deux points de repères, la Petite Camargue des années 1970 et le Pays d'Aix en Provence d'aujourd'hui, vont structurer le propos. Il y a effectivement un avant et un après dans l'engouement de la demande du vin rosé. Avec des nouveaux procédés œnologiques, levures d'ensemencement, nouveaux procédés d'extraction, inertage des vins, nouvelles technologies de stabilisation, fiabilisation de processus, tous ces thèmes qui ont été évoqués lors de notre colloque sur « L'agriculture du Futur », en 2018, avec l'Académie de Toulouse. Ce futur, qui est source de progrès, sur lequel une œnologie dite de non-défaut doit garantir le développement des vins rosés. Je vais m'efforcer de vous donner une vision de ce que sera peut-être ce vin dans les prochaines décennies.

Aujourd'hui, le vin rosé en France fait un « tabac », en vin de soif ou en gastronomie. Contrairement aux vins rouges et blancs, malgré nos traditions gastronomiques, le talent de nos chefs, les vins rosés n'accompagnent pas systématiquement nos plats. La France est le premier consommateur de rosé dans le monde, mais elle en est aussi le premier producteur, talonnée par l'Espagne et l'Italie. La progression de la demande est telle, que nous devons, nous viticulteurs, faire face. Nos pays voisins et depuis peu le reste du monde, font aussi du rosé, mais convenons-en, bien différent des rosés français. Ce fulgurant développement de la demande, depuis les années 1990, a créé un marché du rosé, attirant de nombreux producteurs adeptes de vins tranquilles, qu'il soit rouge ou blanc. Ces producteurs sont aujourd'hui situés en France mais aussi à l'étranger. Je pense aux États-Unis, par exemple, et plus proche de nous, l'Espagne et l'Italie. Cette concurrence est d'autant plus vive que le rosé est devenu au fil des ans un vin de « soif », un vin de quantité. Aujourd'hui, dans les centrales d'achat de la grande distribution, la bataille fait rage : on peut compter jusqu'à un millier de références de rosés...

Le consommateur exigeant n'a que l'embaras du choix, mais comment peut-il choisir tel rosé plutôt qu'un autre ? Quels sont les critères qui vont le pousser à l'acte d'achat ? De plus, pour satisfaire cette demande, le prix d'achat est discriminant, et il est nécessaire de produire avec un prix de revient le plus bas possible, au plus près des limites de production des appellations. Le vigneron est alors amené à gérer plusieurs défis, qu'ils soient climatiques, technologiques, qualitatifs ou économiques. Le règne de la quantité existe bien, même dans le vin !

Aujourd'hui, la plupart des vins rosés produits en France sont, comme les vins de Champagne, des vins de « savoir-faire » et non des vins de « terroir ». Il est effectivement possible, aujourd'hui, de faire des vins rosés « acceptables » sur n'importe quelle terre arable. La preuve en est, avec le succès des vins de Listel des années 1970/80. Ces vins produits directement sur les cordons littoraux sablonneux, ces vins de terroir, avec des cépages adaptés, une nappe phréatique affleurant par endroit la surface du sol, une gestion des cultures en bonne intelligence avec la proximité des eaux saumâtres, ont fait le bonheur de bien des touristes en cette fin du siècle dernier. La marque Listel a rencontré ces années-là une notoriété nationale. Depuis, les temps ont changé, la suprématie de Listel a toujours le vent en poupe, mais la concurrence est devenue depuis très prégnante. J'en profite ici, pour saluer la mémoire de Pierre Julian, ingénieur agronome, excellent œnologue, qui a été notre confrère en cette compagnie de 1995 à 2002, et qui, par son goût de l'aventure du vin pour les terres salinières de la baie d'Aigues-Mortes et de Sète, a su convaincre les faiseurs de sel des Salins du Midi et a fait de Listel ce qu'il est aujourd'hui.

En entrant dans le XXI<sup>ème</sup> siècle, les choses ont bien changé. Le label du vin rosé qui se voulait être d'abord un vin de soif, comme la bière ou le Coca-Cola, est devenu

pour certains producteurs de vin, devenus « techniciens du vin », un moteur pour aller plus loin dans la technologie d'élaboration des vins, en allant vers des vins d'exception. Les techniques les plus hardies ont mis à profit les prouesses des œnologues, au point qu'aujourd'hui nous pouvons qualifier les vins rosés de vin de « soif », mais aussi de vin de « savoir », et je pense que, dans un avenir proche, l'acheteur sera orienté vers un choix dicté par des techniques de commercialisation, comme c'est, d'ailleurs, aujourd'hui le cas pour certains rosés. On parle dans le monde du vin de marketing stratégique pour l'étude et la projection, comme de marketing opérationnel, pour l'action. Des techniques hardies dont je cite le nom : « la chiquirisation », pour désigner les « rosés chics », seront au rendez-vous sur les étalages de la grande distribution. Il sera alors question non plus de vins de « savoir », mais des vins de « faire savoir ».

Le cœur du marché, aujourd'hui, est plus au « savoir-faire » qu'au vin de terroir comme le rouge ou le blanc. On constate que dans les habitudes de consommation, la tendance de ces vingt dernières années, un transfert du rouge sur le rosé s'est opéré, ce qui fait d'ailleurs dire au Président des vins Rosés de Provence : « que lorsqu'un consommateur de vin rouge disparaît, un consommateur de vin rosé vient de naître ». La progression de la consommation du rosé en France est passée de 1998, où nous consommions 78 % de rouge, 10 % de rosé et 12 % de blanc, à, pour 2021, 50 % de rouge, 30 % de rosé et 20 % de blanc ; la consommation de rosé a donc doublé en vingt ans. Les 30 % de rouge en moins sont distribués en 20 % de plus pour les vins rosés et 10 % pour les vins blancs.

Les techniques de production nous ont, au fil des ans, aidé à passer du rosé « fils du rouge », au rosé « fils du blanc », en référence aux techniques de fermentation. Pour les méridionaux, rappelons-nous les années 60 où un référent rosé était « la pelure d'oignon » produite, par exemple, dans les caves coopératives locales comme celle de Saint André de Sangonis, rosé teinté comme son nom l'indique ! Ces vins typiques de nos régions méridionales ont, alors, dignement accompagné nos repas et ce, du début jusqu'à la fin. Ces vins bien charpentés, très structurés et colorés sont encore aujourd'hui des vins « gastronomiques ». Il serait d'ailleurs opportun de demander à la grande distribution de bien séparer sur les étales les deux types de vins rosés.

Aujourd'hui, les marchés comme les goûts évoluent, la profession réfléchit à la valorisation des jus, en allant vers une diversification. Faut-il mettre des bulles dans le rosé, comme l'ont fait les producteurs de Bourgogne avec leur blanc crémant ? Faut-il faire comme Listel, en 1993, en créant le Pétillant de Listel, jus de fruit pétillant à très faible degré d'alcool et qui, plus est, aromatisé ? Un Sablant de Listel en ajoutant des bulles dans le vin ? Allons-nous vers un nouvel avenir, comme celui que nous avons vécu après l'ouverture des marchés en 1993 avec le Marché Unique ? Oui, je pense que la valorisation des outils de production a vraiment pris effet en France au moment de la création effective du marché Européen, dès 1993. Pour ne citer en exemple que la région du Midi où la création de marché de marque lui a été profitable.

Je vous propose donc de structurer mon exposé après un bref historique du vin rosé en France, en trois parties : D'où l'on vient, où l'on est et enfin où l'on va. Seront alors évoqués tous les différents défis que les producteurs devront assumer au cours de ce périple.

## **1. Historique du vin rosé en France.**

C'est grâce aux plantations monastiques que la France se couvre de vignes jusque dans les parties les plus septentrionales. Le vin produit est alors le « vinum clarum ». Du Moyen-Âge au XVI<sup>ème</sup> siècle, le procédé de production du vin ne variera pas : extraction

du jus par foulage et mise en fermentation pour obtenir un vin dit « Claret » qui deviendra « Clairet » à Bordeaux particulièrement, pour finir au XIX<sup>ème</sup> siècle en vin « rosé ». Toutefois, l'emploi du mot « rosé » a pris la place de « incarnat », c'est-à-dire la couleur de la chair. Dans l'occident médiéval, l'incarnat représentait la vie, la jeunesse, la jeunesse... dont le vin rosé s'accommode bien<sup>1</sup>.

De ces trois appellations de rosé, il s'agit toujours du même vin. Le raisin est foulé le plus souvent aux pieds, dans certaines régions, et pourquoi pas ? au son du violon, et le jus est mis en cuve pour la fermentation. On obtient ainsi un vin clairet, claret ou rosé. Ce vin obtenu est clair, vif et peu alcoolisé.

Pour les producteurs de vins de Bordeaux, c'est aujourd'hui un vin d'appellation, le « Bordeaux-Clairet », avec comme différence qu'aujourd'hui pour les besoins du marché, il est obtenu de façon différente. Il est un sous-produit de l'élaboration du vin rouge Bordeaux.

Afin de garantir une production de vin rouge optimale en concentrant les moûts, il est réalisé par un soutirage partiel des jus de raisins après une macération de courte durée. Les jus restants en cuve se nourriront au mieux avec les anthocyanes et les polyphénols contenus dans ce moût concentré pour produire le Bordeaux traditionnel. Les jus extraits primitivement seront vinifiés à part pour donner le Bordeaux-Clairet.

À partir du XVII<sup>ème</sup> siècle, on cherche à produire des vins de grande qualité, en augmentant la durée de macération et les moûts restent sur les marcs, la couleur évolue du rosé vers le rouge. C'est plus près de nous, au début du XX<sup>ème</sup> siècle, que les vins rosés de terroir issus d'une vinification traditionnelle, je pense au vin de Tavel par exemple, continuent d'être présents sur les marchés. Tavel est une appellation 1<sup>er</sup> cru des rosés de France, dès 1936. Devant l'engouement actuel du public sur les rosés nouvelle génération, afin de préserver le Rosé de Tradition, une association regroupe aujourd'hui ces producteurs qui vont de Bandol aux Costières de Nîmes en passant par Faugères, mais aussi le rosé de Riceys issu de Pinot noir avec une méthode de vinification bien particulière. Oui, en effet, ces rosés gastronomiques sont concurrencés par des « new rosés » passés en barrique.

Le vin rosé ne possède pas de définition spécifique. La réglementation européenne du secteur viticole différencie seulement les vins rouges et vins blancs et elle interdit le mélange des vins rouge et blanc. Dans la définition de l'OIV, l'Organisation Internationale des Vins, le vin rosé est le liquide résultant de la fermentation complète ou partielle de raisin frais, foulé ou non, ou de moût de raisin. Il existe, cependant, des modes d'élaborations spécifiques. On en compte trois aujourd'hui. Je fais confiance à nos œnologues pour nous orienter vers une nouvelle méthode et cela sous peu...

Nous verrons par la suite qu'à partir de ces trois procédés de nombreuses variantes existent.

– Le premier est dit *rosé de pressurage direct*. Le raisin, grappe éraflée ou non, est pressé directement avec une macération pelliculaire de courte durée, d'une à deux heures maximum, selon la couleur que l'on souhaite obtenir. Si nous souhaitons un rosé clair, il sera bon de ne pas trop laisser macérer le moût. Le jus est ensuite mis en cuve dans laquelle commence le processus de fermentation.

– Le deuxième est *le rosé de macération pelliculaire*. C'est en général du raisin noir qui est mis en macération durant quelques heures avant la fermentation alcoolique, afin de libérer les constituants de la peau que l'on appelle les polyphénols. Le jus est alors séparé

---

<sup>1</sup> Richard C. Delerins, Janvier 2019, Marseille, journées mondiales du Rosé.

avant ou après pressurage ; cela dépend du maître de chais qui sait le vin qu'il souhaite obtenir, pour être mis en cuve dans laquelle démarre la fermentation.

– Le troisième rosé est *un rosé de saignée*, élaboré à partir de raisins noirs directement dans la cuve avec une macération de durée variable. Dès que la teinte est obtenue, une saignée de la cuve est opérée et le liquide séparé de la pulpe part en fermentation. Cette saignée représente en moyenne 30% des jus au plus.

## 2. D'où l'on vient : Le vin de « Terroir ».

### 2.1. La commercialisation des rosés.

La production moyenne en France des vins rosés était de 6,5 millions d'hectolitres, dont 4,5 millions dans le Midi de la France dans le triangle Perpignan, Valence et Nice. On buvait, dans les années 1980, près de 85 litres de vin par habitant, pour passer en 2013 à 50 litres, dont 12 litres de rosé. Mais déjà 9 sur dix consommateurs buvaient du rosé !

En 2013, à mon avis, une année charnière pour le développement du marché du rosé, la France produisait 28 millions d'hectolitres dont 8 millions d'hectolitres de rosé.

Dans le Monde toujours sur la même période, de 1990 à 2013, la consommation progressait de 20%, et la teinte foncée perdait régulièrement du terrain au profit des nouveaux rosés qui ne cessaient de s'éclaircir !...

*Un changement d'habitude pour l'achat...*

Les vins rosés en France, dans les années 1950-1980, se vendaient chez les cavistes ou au caveau directement et dans les épiceries fines. Durant cette période, les points de vente présentaient des rosés de la région de production essentiellement.

À l'apparition des grandes surfaces dans les années 1970, les réseaux changent avec l'arrivée de la grande distribution. C'est un bouleversement pour les commerciaux, mais aussi pour les producteurs qui doivent prendre en compte des contrats de vente, s'engager sur des quantités, des délais de livraison et surtout sur une qualité **constante**. Les habitudes de consommation changent. Les acheteurs veulent « fidéliser » les clients sur un goût, un « must ». Pour cela, le vigneron doit produire un rosé identique d'une année sur l'autre, malgré les aléas météorologiques et autres. La gestion des celliers devient plus scientifique, les œnologues commencent à prendre le pas sur le maître de chai. La gestion administrative aussi ; il nécessaire en fonction des engagements de marché de faire « avec les moyens du bord » pour les honorer !

Dans ces années-là, les commerciaux nous parlaient de « bras de fer quotidien et parfois inégal... de la distribution ». Proposer un produit nouveau tel que le rosé, nouvelle génération, relevait bien souvent du défi. Il fallait d'abord passer par la toute nouvelle tracasserie administrative : l'étape du référencement, le sésame qui permettait d'approvisionner, comme aujourd'hui d'ailleurs, les points de vente à partir des centrales d'achat. Il était difficile de faire admettre des produits nouveaux comme le gris de Listel, par exemple, issu de Grenache gris. Déjà en 1990, les choses n'étaient pas simples et il fallait user de beaucoup de stratégie pour faire comprendre à l'acheteur de la centrale que les « budgets de référencement » pour un produit nouveau devait aussi tenir compte du risque que prenaient les producteurs en proposant un produit nouveau !

Oui, en 1990, les rosés n'étaient pas comparables à ceux que nous buvons aujourd'hui, mais ils étaient déjà différents de par leur méthode d'élaboration. L'entrée des rosés gris sur le marché marquaient la différence. La profession de vendeur en grande distribution était un métier nouveau et pour vendre le « rosé nouveau, le gris », il fallait

y croire. Les producteurs, comme Listel à l'époque, y ont mis les moyens, en investissant dans la force de vente au point que le directeur des ventes de l'époque fraîchement nommé sortait de chez « Coca Cola ». C'est dire l'importance de l'action de vente pour lancer un produit nouveau comme le Gris de Gris. Pour l'époque, chacun se souvient encore du « Gris qui a un Grain » ou du « Listel Gris qui vient d'un pays où rien n'est gris... ».

Une question se pose alors aux producteurs de rosé : pourquoi appeler un vin rosé « gris » ?

Déjà à cette époque la notion de marque est importante ; des imitations de forme de bouteille, d'appellation, feront que de nombreux procès viendront émailler la sérénité des producteurs de rosé.

## 2.2. Tout commence dans la vigne.

Avec l'ouverture des marchés, dans les années 70/80, le vigneron doit faire face à un nouveau règne : celui de la quantité. Mot difficile à appréhender pour un vigneron qui, poussé par la vertu de faire du bon vin, doit du jour au lendemain faire du bon, pas cher, et en quantité. Pour le végétal, les entreprises de produits phytosanitaires proposent des molécules toujours plus sophistiquées, ne ménageant pas le surdosage dans les parcelles, notamment pour les herbicides ainsi que les pesticides. Afin de maîtriser au mieux les caprices de la météorologie, des systèmes d'irrigation sont mis en place un peu partout sur les domaines, avec l'appui des grands pourvoyeurs d'eau, tels que, dans nos régions, le Canal du Bas-Rhône et le Canal de Provence. La mécanisation, elle aussi, s'adapte aux nouvelles exigences des producteurs avec la mise en œuvre systématique de palissage des rangs afin d'utiliser au mieux les machines à vendanger. La généralisation des palissages prendra un certain temps du simple fait que la durée de vie d'une vigne est au moins de 25 ans.

## 2.3. Les méthodes de vinification.

Pour les vins rosés dits de terroir, les vins de Tavel pour cette période, en sont un excellent exemple. Ce rosé est produit sur trois types de sols bien caractéristiques, soit des lauses, soit des sables mêlés de cailloutis ou des galets, (Nous sommes dans la vallée du Rhône, très proche de Châteauneuf-du-Pape). Au terroir s'associe l'assemblage de cépages avec la combinaison de neuf dans l'appellation. La couleur du rosé Tavel tend vers le rubis avec des reflets de topaze, nous dirons vers la pelure d'oignon. Parmi les cépages noirs de ce très bon vin : la syrah, le carignan, le cinsault. Ce vin est issu d'une fermentation longue, avec une macération le plus souvent à froid de 6 à 24 heures. Opération délicate où le Maître de chai doit, à partir du profil de rosé à obtenir, veiller à la durée de cet échange peaux-jus. En effet, plus le temps de macération est long, plus la couleur rosée s'accroît et plus les arômes s'épanouissent. On obtient ainsi un vin qu'il faut consommer dans les deux ans au plus.

D'autres types de rosé de « tradition » sont aussi bien présents encore sur le marché. Il s'agit, par exemple, du rosé « œil de perdrix ». Curieux qualificatif pour désigner ce rosé Bourguignon, désignation de la couleur de ce rosé venu à nous dès le XVII<sup>ème</sup> siècle. C'est un produit du pressurage direct et vif.

Un autre rosé, dit de Riceys, est issu de Pinot noir. Un procédé de vinification tout particulier lui confère le goût « de Riceys », apanage et secret de vigneron. Vin gourmet, délicat, au nez ample et ouvert.

### **3. Où on est-on ? Aujourd'hui, nous produisons des vins de « savoir ».**

#### **3.1. La consommation du vin rosé en France.**

C'est un trio de tête qui assure les besoins en vins de rosé pour une bonne partie des habitants de notre planète. La France est tour à tour premier ou second producteur mondial. Elle assure, à elle seule, la production de 34 % des besoins mondiaux, contre 25 % en 2009. Cette consommation augmente tous les ans, tandis que la consommation globale des vins tranquilles diminue de 2 % sur les dix dernières années. Elle est passée de 19 millions d'hectolitres, en 2002, à près de 24 millions, en 2020. C'est une progression très soutenue depuis 2000, puisque le poids en pourcentage des vins rosés en consommation mondiale est passé de 8 à 10 % des vins tranquilles entre 2000 et 2020.

Cependant, ces dix dernières années ont vu naître de nouveaux pays producteurs : l'Afrique du Sud, l'Autriche, le Chili, la Hongrie, la Moldavie, la Nouvelle-Zélande, la Roumanie et la Suisse. Ces pays ne représentent toutefois que 10 % de la production mondiale.

Selon les données fournies par l'Observatoire mondial du rosé, le prix de vente du rosé vendu dans le monde a augmenté de 30 % au cours des cinq dernières années. La France, cependant, est le pays exportateur le plus rémunéré puisqu'elle exporte son rosé premium. C'est lui qui fait la différence dans les marchés puisque le prix moyen de vente à l'export est de l'ordre de 3,75 € par bouteille contre 1,57 € pour le reste des pays exportateurs. Nos importations de vin rosé espagnol sont rémunérées à 50 centimes pour 75 cl. C'est le cas, aujourd'hui, pour l'huile d'olive où les prix sont de l'ordre de 3 € par litre pour une huile espagnole qui entre en France quand une huile d'olive de France se vend sur le marché de l'export à 14 € le litre !

En résumé, la France aujourd'hui est le premier pays du monde qui occupe trois podiums, production, importation et consommation. Les deux tiers de la production sont assurés par la Provence et l'Occitanie. Le reste se répartit entre la Champagne, 15 %, et la Loire 20 %. Les vins achetés en Espagne sont destinés au marché premier prix de la grande distribution, pour le marché du BIB. Pour le podium consommation, nous sommes les premiers consommateurs mondiaux avec 15,1 litres en moyenne par habitant ; nous représentons à nous seuls près de 35 % de la consommation mondiale ! À titre de comparaison, aux États-Unis, on consomme 1,3 litre de rosé en moyenne par habitant.

Afin d'orienter au mieux les consommateurs, les appellations en France, comme les IGP, recommandent de parler plus d'origine que de cépage. Ce virage en communication a été pris, il y a 20 ans environ, en contre pied des vins du nouveau monde qui priorisaient le cépage. En effet, pour la Provence en particulier, un bon rosé est toujours le résultat d'un assemblage de différents cépages et les œnologues œuvrent chaque année pour trouver le meilleur, compte tenu des conditions de campagne de production.

Existents aujourd'hui les AOP et les IGP, pour orienter le consommateur. À lui de faire son choix.

#### **3.2. Le procédé de production aujourd'hui.**

##### **3.2.1. La culture de la vigne pour la production de vin rosé.**

C'est vrai que la France, et particulièrement le Midi, bénéficie d'un climat qui permet de produire de 60 à 100 hl de vin rosé par hectare qui correspond, d'ailleurs, au type de rosé demandé par le marché. Elle commence par l'encépagement. La demande de rosé depuis le début des années 2000 a considérablement modifié l'encépagement des

vignobles. L'INRA, comme d'autres instituts de recherche agronomiques, contribuent aujourd'hui à orienter cet encépagement vers un végétal plus résistant au mildiou et à l'oïdium, mais il est aussi question de sélectionner des cépages plus résistants à la sécheresse et aux parasites endémiques de la vigne.

Comme la vigne a une durée de vie pouvant atteindre 30 années, le changement ne sera pas immédiat et on constate dans la majorité des vignobles que les cépages actuels sont ceux recommandés par l'appellation, donc des cépages dits traditionnels, tels que syrah, grenache.

### 3.2.2. Les méthodes de vinifications aujourd'hui.

Il n'existe pas un vin rosé, mais des vins rosés. Ils sont tous différents, ils dépendent du savoir-faire du vigneron, du terroir, des cépages.

Les vins rosés, aujourd'hui, se définissent par la région de production, l'appellation, la couleur, et des critères de goûts, d'arômes, de thiols qu'ils soient d'agrumes ou autres.

Selon le style de vin que l'on veut obtenir, il est nécessaire, à partir du cépage et des conditions de campagne de production, météorologique, de maturité, d'adapter la méthode de vinification correspondante. Ces opérations combinées, telles que la récolte des raisins, manuelle ou mécanique, son transport, remorque simple fond ou double fond, l'égrappage, le foulage, la macération, la stabulation, la sélection des jus, le pressurage, la complémentation avec ou non des levures, la maîtrise des températures pour chaque opération, l'inertage sous azote... permettent à l'œnologue d'agir sur chacune d'entre elles pour « faire le vin ».

Ces méthodes de vinification sont issues de l'expérience et, en particulier, des pionniers tel que Denis Dubourdieu qui a su, dans le début des années 2000 à Bordeaux, magnifier les sauvignons, en utilisant notamment les techniques du froid pour la stabulation des bourbes et créer ainsi d'excellents Blancs de Bordeaux. On entend par stabulation des bourbes, garder au froid, en général 5° C, le produit brut issu du pressurage.

Cette technique a été ensuite préconisée par différents organismes comme le centre mondial du rosé et adaptée par chaque producteur.

Faire du vin, et en particulier faire du vin Rosé, est donc un art. Nous savons que ce vin a une durée de vie limitée et que la plupart d'entre eux se consomment dans l'année de production. Les arômes, les thiols, sont volatils et s'estompent au fil des mois. Faire le vin rosé est un art, qui, à l'expérience, dépend beaucoup de l'œnologue. Il doit pour cela à la fois travailler conjointement sur deux aspects de sa personnalité, le côté intuitif, artistique, créateur, et de l'autre, moins poétique, celui de l'expérience acquise, magnifiée par le savoir, alliée au procédé technique.

Denis Dubourdieu, grand œnologue bordelais, faisait partie de ces créateurs ; il nous rappelle que « *il n'y a de grand vin qui n'ait été conçu dans celui qui le fait. Une vinification c'est un peu comme une navigation. Il faut savoir où est le port autrement il n'y a pas de bonne route. Et on aurait tort de croire qu'il est le résultat d'un procédé, car l'idée du vin, l'objectif à atteindre, et les techniques à utiliser, sont les variables qu'on peut faire bouger pour atteindre l'objectif* ».

Avant toutes choses, le raisin doit être mûr. Pour cela, on réalise un contrôle de maturité, c'est-à-dire bien s'assurer que le raisin est mûr, tout en sachant que la maturation ne doit pas être poussée trop loin afin d'éviter la prise d'alcool et de faire chuter l'acidité bien utile au vin rosé. La récolte des baies peut être manuelle ou mécanique. Pour le vin rosé, il importe de récolter, fin août début septembre, avec des températures les plus basses possibles, soit au maximum 19° C, ce qui impose de travailler la nuit. En règle générale, le travail s'effectue de 2 heures à 9 heures du matin. Notons qu'il est difficile de récolter manuellement la nuit. Le transport des baies



s'effectue rapidement dans des remorques. Dans certains domaines, on utilise des remorques à double fond afin de séparer le jus d'égouttage. Ce jus sera par la suite traité à part.

Les baies sont ensuite égrappées, c'est-à-dire que l'on sépare mécaniquement la rafle des grains de raisin. Les grains sont alors foulés par un système mécanique. Les grains éclatent, libèrent la pulpe, le jus, les pépins ; c'est cet ensemble que l'on nomme le moût.

Deux possibilités s'offrent au maître de chai en fonction du vin rosé qu'il souhaite obtenir : *macération pelliculaire* à froid ou *pressurage direct*.

Pour la *macération pelliculaire* à froid, le moût est acheminé dans une cuve au travers d'un système de refroidissement faisant chuter la température du moût à 5° C environ ; ce moût va macérer dans la cuve durant un certain temps qui peut varier selon le type de vin rosé que l'on souhaite obtenir. Il est, en général, inférieur à 12 heures pour des rosés pales. Il est maintenu durant toute cette opération, dite de macération, à une température inférieure à 5° C. Cette opération donnera au vin ses arômes et sa couleur.

Ces moûts sont alors pressés afin de séparer les peaux et les pépins du jus. Le jus est mis en cuve où il est maintenu à une température qui permet ou non le départ en fermentation. C'est l'opération de stabulation des bourbes. Elle consiste à laisser en contact le solide et le liquide. Le solide est constitué par des colloïdes, des pulpes des débris végétaux. Selon la typicité du rosé à obtenir, le temps de stabulation peut varier de quelques jours à plusieurs semaines, le tout à une température de l'ordre de 5° C. Durant cette opération, il est nécessaire quotidiennement de brasser les bourbes par pompage ou par injection d'azote.

Avant la fermentation, il n'est nécessaire de levurer les moûts.

Après la fermentation, le débourage est réalisé par gravité.

Durant le pressurage, en fonction de la pression exercée sur les grains de raisin, on sélectionne les jus. Les premiers sont orientés vers les rosés première goutte, par exemple. Les derniers jus, où la pression peut atteindre 2 bars, sont qualifiés de vin de presse, en général plus coloré et moins gustatif.

Pour le *pressurage direct*, les grains de raisins passent directement au pressurage ; les jus obtenus sont alors immédiatement mis en cuve pour un démarrage en fermentation immédiat. Dix jours après environ, le vin rosé est prêt, il est moins coloré que celui issu de la macération pelliculaire.

La combinaison des vins obtenus selon les deux méthodes donnera des vins rosés de couleurs allant du pomelo à la groseille, comme du pétale de rose à un rose plus soutenu. Ils s'exprimeront sur des arômes de fruits rouges, des notes d'épices et d'arômes, aux arômes d'agrumes et de fruits à chair blanche.

## 4. Le vin Rosé demain.

### 4.1. Le défi de la transition écologique : agro écologique.

Pour accompagner cette transition, une nouvelle certification des vignobles vient en conforter la maîtrise. C'est la certification HVE, Haute Valeur Environnementale, tout comme la certification Bio. Aujourd'hui le logo « HVE » figure sur plus de la moitié des étiquettes de bouteilles vendues en France.

Devons-nous aller vers un référentiel Mondial de la viticulture durable ? C'est une question que nous devons nous poser. La profession souffre de la multiplication des labels et il serait bon de parler d'une seule voix aux consommateurs.

***Comment le vigneron doit-il adapter son mode de culture de la vigne face au changement climatique ?***

« La transition agroécologique désigne un changement du modèle agricole pour mettre en œuvre les principes de l'agroécologie et répondre ainsi aux crises que traverse ce secteur »

*Doit-on continuer à irriguer les parcelles de rosé et comment réduire la consommation en eau ?*

Cela paraît impossible de ne pas apporter au végétal le complément en eau nécessaire pour sa croissance. De plus, pour le vin rosé, le rendement en hectolitres par hectare est un facteur de qualité et de survie économique. On constate, en effet, que la production de vin rosé supporte des rendements élevés.

Les organismes professionnels imposent des rendements limités, garants de la qualité qu'il est nécessaire d'atteindre pour un juste équilibre économique.

Comment alors réduire la consommation d'eau durant la campagne de production ?

Le Canal de Provence, comme d'autres organismes, ont mis au point des systèmes goutte à goutte, de pilotages automatiques de l'approvisionnement en eau des parcelles, en tenant compte des aléas climatiques. Pour cela, chaque parcelle est équipée de capteurs : sondes capacitaires qui mesurent l'humidité du sol jusqu'à un mètre de profondeur, capteur de mesure de la transpiration de la plante, et station météorologique.

À partir de ces données, le système de calcul mesure l'évapotranspiration, évalue les besoins en eau et assure un confort hydrique à la plante.

Avec l'expérience, aujourd'hui, il est possible de réduire de moitié au moins la consommation d'eau sur une année de culture.

***Comment réduire la consommation des intrants autres que l'eau ?***

Par la plantation de nouveaux cépages moins sensibles au mildiou et à l'oïdium, ces deux fléaux pour la viticulture qui représentent à eux seuls 80 % des intrants phytosanitaires. Par la mise en œuvre d'une mécanisation avancée pour le désherbage des parcelles, évitant ainsi un double effet : moins d'herbicides et une maîtrise de la concurrence en eau du végétal.

Il existe aussi des modèles mathématiques qui prévoient les risques de maladie et permettent un traitement préventif afin de maîtriser au mieux les intrants.

Il est, en effet, prouvé que la culture du vin rosé exige des vignes propres avec très peu de végétation parasite, comme le sorgho, les graminées, les daturas. Compte tenu de la mécanisation des vendanges, la montée en cuve de brins d'herbes, tels qu'issus des daturas, donnerait une amertume très prononcée au vin rosé.

***Planter de nouveaux cépages ?***

Oui, il existe aujourd'hui de nouveaux cépages moins exigeants, une alternative bénéfique pour réduire l'usage des produits phytosanitaires. La seule question, à ce jour, est l'inertie des organisations professionnelles qui doivent avaliser ces nouveaux venus dans les critères d'appellations. Il s'agit là d'une révolution culturelle pour le vigneron, mais aussi une révolution culturelle pour le consommateur à qui, durant des années, la profession lui a donné des habitudes de dégustation qui risquent, avec l'arrivée de nouveaux cépages, de perturber la consommation.

Il est vrai que les pulvérisateurs de produits phytosanitaires œuvrant dans nos campagnes n'ont pas bonne presse, des arrêtés anti-pesticides pleuvent sur la profession, tout en sachant que le viticulteur ne souhaite pas continuer à « traiter la vigne », du fait

de la cherté des produits de plus en plus élaborés, et de leur nocivité à l'utilisation, notamment.

Les cépages hybrides résistants, récemment mis au point par l'INRA, ont reçu l'aval d'un possible alternatif. Cependant, le rythme de renouvellement du vignoble est de 3 à 4 %, c'est-à-dire que la durée de vie d'une vigne est de 25 à 30 ans. De plus, les organisations professionnelles vont devoir statuer sur les cépages emblématiques des régions. Cette offre de vins de cépages résistants reste, cependant encore confidentielle.

Pour créer un nouveau cépage, une fois que l'ensemble des opérations d'agrément seront réalisées, il faudra encore près de 15 années pour créer deux ou trois nouvelles variétés. Tout reste à faire et particulièrement pour les vins rosés.

Il est possible aussi d'expérimenter les porte-greffes existants et de créer de nouveaux porte-greffes, en combinant le contrôle du court-noué avec la résistance à la sécheresse.

### ***Le réchauffement climatique et la montée des degrés en alcool***

Agir par la correction des degrés excessifs, par le désucrage et la nanofiltration, par la désalcoolisation des vins rosés en utilisant aussi la nano filtration et la distillation, des expériences récentes montrent que ces actions influencent peu les paramètres œnologiques. On constate une légère perte d'acidité totale sur les rosés. Il est, par ailleurs, difficile de jouer sur la date de récolte, un raisin pas mûr fera un mauvais rosé. Une date de récolte bien choisie donnera un gain de composés aromatiques supérieur à la perte engendrée par la désalcoolisation. Tout en sachant que nous devons, de plus en plus, faire face à une précocité de début des vendanges.

### ***Des vins avec moins de SO<sub>2</sub>.***

L'ICV, après de nombreux essais, confirme l'effet antibactérien de l'acide fumarique comme inhibiteur de la fermentation malolactique des vins. Cet additif alimentaire, connu sous le numéro E297, pourrait servir d'acidifiant en limitant de fait l'usage des sulfites dans les vins blancs et rosés.

## **4.2. Comment anticiper l'évolution des marchés et de la concurrence ?**

Vers quel profil de rosé allons-nous ? Amylique, fruit tropical, agrume, fraise ?

Notre production dépend du marché intérieur, mais aussi du marché d'exportation. Aujourd'hui, par le fruit de la technicité, les rosés français sont en haut du podium, parce que ce sont des vins de savoir en harmonie avec le goût que recherchent les consommateurs. Les prix de ventes de nos rosés sont dans la marge très haute par rapport aux autres pays, même très proches, de 3,50 € à 0,50 € pour l'Espagne. Les techniques que nous utilisons sont copiables.

Il est aussi question d'encépagement idoine pour copier les bons rosés français. N'oublions pas qu'une conversion du vignoble prend du temps pouvant aller jusqu'à trente années pour le renouveler complètement. Il est donc important que les producteurs français se méfient de la concurrence qui pourrait se manifester.

*La concurrence peut aussi venir de l'intérieur.*

Un potentiel important existe dans le Bordelais, qui apparaît comme « un débouché salutaire », qui compte aujourd'hui dans le panel des producteurs à hauteur de 7%. « On ne sauvera Bordeaux que par les IGP Atlantique Rosé auxquels ont droit tous les vins produits dans toute la région. », nous explique l'œnologue Olivier Nasles...

## **4.3. Des nouvelles technologies à notre service.**

*À la vigne.*

– *Des autoguidages pour faciliter le désherbage mécanique du vignoble.*

L'utilisation de drones permettra d'ici peu de temps de suppléer à la quasi disparition de l'utilisation des herbicides dans les vignobles. Aujourd'hui, des solutions alternatives existent. À Villeneuve-les-Maguelone par exemple, « la transition du désherbage mécanique augmente le nombre de passages et la pénibilité du travail. Les chauffeurs ont continuellement le cou tordu pour regarder ce qu'ils font ». L'autoguidage par des drones peut permettre au conducteur de lâcher son volant et travailler en restant constamment tourné vers l'engin de désherbage.

– *La musique dans les vignes pour lutter contre l'esca.*

Oui, il est surprenant de penser que la diffusion de la musique peut lutter contre une maladie de la vigne, l'esca, ou bonifier les vins. Des résultats ont été enregistrés chez une bonne centaine de vigneron. Lancés il y a une quinzaine d'années, plus de 300 appareils de diffusion sont installés et donnent des résultats probants. À suivre.

– *La pulvérisation par drone.*

Pour les vignes situées sur des terres non mécanisables, afin de soulager le travail manuel, l'utilisation de drone pour les traitements phytosanitaires peut être la solution.

### *À la Cave*

– *Stérilisation des moûts.*

La Commission Européenne autorise, dès cette année, des nouvelles pratiques et composés technologiques pour l'élaboration des vins rosés.

Une nouvelle méthode pour obtenir des moûts exempts de microorganismes permettant ainsi de réduire le sulfitage tout en favorisant les effets positifs des levures. Le procédé consiste à soumettre pendant 0,02 seconde le moût à 300 MPa (en comparaison à la pression atmosphérique qui n'est que de 0,1 Mpa : « *La très haute pression désintègre toute particule colloïdale et microorganisme d'une taille supérieure à 300 nm* »).

Il est à noter que cette méthode mise au point en Espagne permettrait de stériliser sans entraver les moûts destinés à la production de vin rosé.

– *Le traitement par ultrasons de la vendange.*

Cette méthode a pour but d'extraire davantage d'arômes et de polyphénols de la vendange. L'équipementier pionnier dans ce domaine nous promet : « Nous faisons passer la vendange foulée dans des tubes où elle est balayée par des ultrasons de 20 à 30 kHz. Cela provoque de petits trous dans la pellicule et augmente la surface de contact entre la pellicule et le jus. Les pépins ne sont pas touchés. Ce procédé italien est expérimenté depuis 4 ans et va être adopté par les producteurs de rosé, dès à présent.

– *Une filtration révolutionnaire.*

Une nouvelle membrane en carbure de silicium va bientôt subvenir à nos besoins, toujours de plus en plus exigeants en matière de productivité. Ces membranes se substitueront au système de filtration tangentielle classique, tout en respectant la qualité organoleptique des vins. Nous devons cette innovation à l'Université d'Aix-Marseille, ainsi que l'ISVV de Bordeaux. Cette membrane permet de filtrer deux fois plus vite que les membranes organiques. Ce temps de transit est réduit de moitié, ce qui correspond à un temps de séjour du vin plus court, donc moins impactant sur la qualité. Le seul défaut du système, les membranes organiques coûtent quatre fois moins chères que les membranes minérales.

– *Des levures dans des capsules à vis pour protéger les vins.*

Afin de protéger la fraîcheur des vins rosés et blancs, il est possible de placer, dans les capsules, des levures sèches inactivées. Cette technologie permettra aux vins rosés non ou peu sulfités de les préserver de l'oxydation. Notons qu'il existe déjà des robinets

de Bib libérant progressivement des sulfites dans le vin, permettant un allongement de la DLUO.

– *La stabilisation tartrique éco-sélective.*

Nom donné à l'électrodialyse du vin rosé lorsqu'il s'agit pour le vigneron de rafraîchir son vin rosé au mois d'avril ou mai de chaque année afin de lui redonner des « couleurs ». Ce procédé permet d'éviter les précipitations tartriques dans les bouteilles

## 5. Les vins de « Faire savoir ».

Après ce long périple que penser de l'avenir du rosé en France ?

### *La France doit rester au centre du dispositif.*

Tout d'abord, c'est la France qui est au centre du dispositif. Pays qui a été le principal pionnier en matière d'innovation technique pour la production, mais aussi qui a su se coordonner, dans les années 1980/90, aux demandes fortes de la grande distribution et à l'ouverture du Marché Unique, en 1992. L'adaptation aux nouvelles demandes, qu'elles soient « provoquées » par les producteurs, en créant des produits nouveaux, ou par la croissance vers des nouveautés, nourrit le désintérêt de plus en plus croissant pour la consommation de vin rouge.

### *S'adapter aux nouvelles techniques de commercialisation*

Le vin rosé, aujourd'hui, a un marché très important, qui a nécessité des investissements importants en matériels, mais plus encore en programme de recherche et de mise au point de nouvelles techniques d'élaboration des vins. Au point qu'aujourd'hui, nous assistons à une véritable mutation pour le vin rosé. Nous sommes passés du vin de terroir au vin de savoir et, enfin, nous allons vers un vin de « faire savoir ». De plus, le vin rosé est préféré au rouge : « *le plus cher des rosés est moins cher qu'un grand vin rouge !* ». À Montagnac, un viticulteur avoue « *qu'il n'a compris que récemment qu'il y a un art de vivre lié au rosé. Le rosé est une porte d'entrée dans l'univers du vin. J'avais fait une erreur en niant cette couleur* »<sup>2</sup>.

Le vin rosé a aussi un avantage sur les autres vins tranquilles, il n'a pas besoin de gastronomie. Il est l'incarnation d'un plaisir instantané. Il est l'antithèse d'une prise de tête que représente la dégustation des grands crus, c'est un vin « pas compliqué ». Devons-nous aller vers une demande, comme celle qui se dessine aujourd'hui avec la génération des Millennials, les moins de 35 ans, des vins rosés en canette conditionnés, comme le Coca Cola ?

Qui nous dit que ces moins de 35 ans, aujourd'hui, en partie responsables du « palissement du rosé », auront à 40 ans les mêmes goûts ? Ironent-ils vers les rouges ?

Combien faudra-t-il de like pour qu'un rosé soit populaire ? Les réseaux sociaux investissent et vont intensifier leurs efforts pour que le rosé soit une star d'Instagram, où il est mis en scène avec de soyeux camaïeux, sa couleur étant son meilleur atout. Il est aussi présenté comme la nouvelle tendance, comme un accessoire de mode, remplaçant le sac à main, le vin devient ici un prétexte à la pose, et le verre est plus volontiers montré que l'étiquette... On parle alors de « new black ».

### *Se méfier de la concurrence.*

De nombreux investisseurs de grandes marques s'intéressent à ce marché porteur. Les producteurs locaux doivent veiller à appliquer ce qui fait la spécificité de chaque

---

<sup>2</sup> Domaine Paul Mas à Montagnac. Jean-Claude Mas.

terroir en France ; je pense aussi à la région de Val de Loire, de Nantes, à Blois où les producteurs commencent à s'interroger.

Chaque région a son rosé, et chaque rosé a une histoire. Il est bon que cette histoire soit racontée par celui qui le fait. Chaque vigneron est indépendant, faisant partie d'un tout, dont chaque pierre est spécifique.

### ***Meilleure lisibilité pour le consommateur.***

Les organisations d'appellations doivent-elles aussi être plus lisibles dans les offres qu'elles proposent. Un consommateur sera de plus en plus exigeant sur l'origine du vin qu'il va boire. Sera-t-il enclin à payer un vin plus cher si le vin est « Bio » ? Les ventes ont reculé de 0,4 % pour la première fois en grande distribution. Signe d'un arrêt de la croissance ? Doit-on pour rassurer le consommateur assortir ce terme de Bio/sain pour la santé, Bio/local, Bio/zen... ?

L'appellation AOP doit réellement être un signe d'excellence, et l'IGP un signe d'identité à part entière, très utile pour le consommateur. Difficile pour lui d'y voir clair. Par exemple, sur notre région de Montpellier, il y a cinq AOP et cinq IGP qui se côtoient.

### ***S'adapter au climat en respectant la nature et le goût du rosé.***

Cela suppose de s'adapter au climat avec de nouveaux cépages, moins consommateurs d'eau, plus résistants au mildiou ou autre. Mais le goût du rosé peut alors changer ! Les nouveaux rosés auront-ils autant de fraîcheur ?

Pourrons-nous faire des vins avec moins d'alcool et moins de sucre, avec des cépages tardifs, tout en sachant que l'équilibre avec l'acidité y joue un grand rôle ?

Pour la vigne, nous remettre en cause pour le travail des sols, l'effeuillage de la vigne, protéger les grappes des coups de chaud, travailler sur l'espacement des rangs, leur orientation, le mélange avec d'autres cultures... car « *Si l'on ne change rien, le risque principal c'est la baisse significative des rendements et le fait que la typicité des rosés ne soit plus identifiée* <sup>3</sup> »

### ***Un art de vivre.***

Voir la vie en rose. Oui, le rose est à la mode aujourd'hui, le sel rose de l'Himalaya, l'ananas rose, la bière rose, le jeune festival consacré au rosé Pinknic...

Même si le vin rosé est un vin traditionnellement consommé en été, on a tendance aujourd'hui à le boire tout au long de l'année, avec l'apparition sur les marchés des rosés d'hiver. D'autre part et de façon certaine, la consommation de rosé a augmenté durant les différents confinements passés, pour ne citer que les « skypéro » ou les coronanniversaires ». Le mois record a été le mois de décembre 2020 avec une croissance de 75 %. Le conditionnement en Bag-in-Box, en 3l et 5l, a été fortement prisé durant la période.

Les discussions sur les sites, montrent, elles aussi, un nouvel art de vivre avec « la vie en rose », et des couleurs qui s'y affichent : le saumon, le bois de rose, la chair, les framboises, le corail. En bref, le rosé a su garder une place au soleil et comme chaque année, il est comme les hirondelles, il arrive sur les étals pour nous annoncer le printemps. Et puis quand il fait beau, on boit « encore plus de rosé ».

### ***Enfin, Être confiant sur l'Avenir...***

« *Être un jour l'équivalent du Champagne, un incontournable quand on cherche la qualité.* <sup>4</sup> »

<sup>3</sup> Gilles Masson Journées mondiale du Rosé Marseille Janvier 2019

<sup>4</sup> Jean-Jacques Breban Président de l'ICV