Revue de géographie historique

19-20 | 2021

Paysages viticoles, vignobles et vigneron : entre traditions et innovations

Les différents biais de la mise en œnotourisme du vignoble d'Empordà en Catalogne espagnole, de la tradition à la modernité.

Éric Rouvellac et France Gerbal-Médalle

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/geohist/2847>

DOI : 10.4000/geohist.2847

ISSN : 2264-2617

Éditeur

Association française de la Revue de géographie historique

Référence électronique

Éric Rouvellac et France Gerbal-Médalle, « Les différents biais de la mise en œnotourisme du vignoble d'Empordà en Catalogne espagnole, de la tradition à la modernité. », *Revue de géographie historique* [En ligne], 19-20 | 2021, mis en ligne le 20 novembre 2021, consulté le 25 novembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/geohist/2847> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/geohist.2847>

Ce document a été généré automatiquement le 25 novembre 2022.

Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Les différents biais de la mise en œnotourisme du vignoble d'Empordà en Catalogne espagnole, de la tradition à la modernité.

Éric Rouvellac et France Gerbal-Médalle

Introduction

- 1 L'Espagne a longtemps souffert d'une image viticole associée à la basse qualité, malgré l'ancienneté de cette dernière reconnue dans le vignoble de Rioja (province de La Rioja et de Navarre), où le tribunal de Logrono, sous l'influence des viticulteurs locaux, a organisé un label de qualité dès 1650 en rédigeant un document protégeant la qualité des vins de la Rioja, (Huetz de Lempis, 2009). Peut aussi être citée l'excellence des Jerez andalous, lesquels figurent parmi les plus vieux vins au monde en état de consommation, dont certains, datant de 1775, sont conservés à Massandra, en Crimée.
- 2 Cette fausse image, introduite entre autres par une consommation de masse touristique au XX^e siècle, alors que le pays possède le premier vignoble mondial de cuve en superficie, et est indéfectiblement le troisième producteur mondial de vin, (et même deuxième en 2021), est battue en brèche depuis maintenant deux décennies au moins.
- 3 Les vignobles du nord de l'Espagne, pour ne citer qu'eux, en Navarre, en Aragon et en Catalogne ont pris le tournant de la mondialisation en même temps que le reste de l'Europe. La Catalogne a été en pointe dans le mouvement coopératif à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, (avec par exemple la création de la cave de Vilafranca de Penedès en 1890), ce qui a participé à structurer le secteur vitivinicole dans une économie d'échange de plus en plus importante au cœur de la première révolution industrielle. Le vignoble catalan espagnol tire aujourd'hui en grande partie sa notoriété de cette dernière appellation, et aussi de la DO Priorat qui, comme la Rioja, émerge au niveau de « *Denominación de Origen Calificada* », groupe qui ne compte que ces deux

appellations, degré le plus élevé du classement espagnol et correspondant à nos crus ou grands crus français.

- 4 Au nord de la région, au contact de la frontière française se trouve la DO Empordà, moins prestigieuse que les autres mais continuatrice de la tradition viticole dans le piémont pyrénéen (figure 1). Cette région, touchée de plein fouet par l'exode rural dans la seconde partie du XX^e siècle, s'inscrit aujourd'hui de plain-pied dans l'économie vitivinicole et touristique de la région. A l'heure de la traçabilité, de la montée en qualité et de la reconnaissance des terroirs, ces notions font ressortir des images paysagères, des routes et des aires de productions, de transports, de commercialisations et de consommations. Leur mise en scène est alors valorisée grâce à l'œnotourisme.
- 5 Il est intéressant donc d'étudier comment l'Empordà manie tradition et modernité pour s'inscrire dans la Catalogne viticole, et finalement dans une viticulture mondialisée. Depuis plusieurs décennies, on assiste à un renouveau des vignobles catalans à travers des vins standardisés autour du cépage grenache, mais aussi par les routes touristiques, la balnéarisation du territoire, l'architecture des chais de vinification.
- 6 Cet article propose de situer l'appellation Empordà dans le contexte régional, sans oublier que la frontière de 1659 et le traité des Pyrénées ne constituent pas une barrière viticole étanche. Le vignoble empordan s'inscrit dans la mondialisation et dans une communication œnotouristique qui répond à cet enjeu. Une illustration visible de ce dernier réside dans l'architecture originale de certains chais de vinification et de vente, destinés, avec une approche touristique intégrée, à attirer le visiteur pour s'adonner à la dégustation de vins et aux activités gravitant autour de ces produits.

Figure 1 : Les différentes appellations en Catalogne espagnole

<https://www.rimontgowineries.com/fr/caves-a-vendre-espagne/catalogne>

1. Le vignoble d'Empordà dans le contexte catalan

1.1 La Catalogne, plus grand vignoble espagnol, en continuité du Roussillon français

- 7 Il est d'usage de dater l'implantation de la vigne dans cette partie de l'Espagne actuelle avec les colons grecs qui s'établirent à Empuries au VI^e siècle avant notre ère, où ils acclimatèrent peut-être des cépages importés et utilisèrent des variétés locales. Les Romains prirent le relai et avec plusieurs siècles de paix civile, assurèrent une expansion viticole analogue à ce qui se passait sur tout le pourtour du bassin méditerranéen. Le vignoble catalan obéit à l'ensemble des standards de l'histoire viticole européenne.
- 8 Malgré les invasions arabes et l'instabilité liée à la déliquescence de l'empire romain, la vigne régressa, mais l'expansion du christianisme et son corollaire, la construction d'abbayes et de monastères, assurèrent sa pérennité. Vins de messe, de consommation courante mais aussi d'exportation, les produits vinicoles du vignoble catalan, comme tous leurs homologues européens, se structurèrent alors autour des fleuves, comme le Ter, le Besos, le Llobregat ou l'Èbre, à proximité des débouchés commerciaux des ports du Mataró, Malgrat, Barcelona, Tossa, Badalona ou Tarragona, (Huetz de Lempis, 2009).
- 9 La (re)découverte des vins mutés par Arno de Villanova au XIII^e siècle, l'ouverture des grandes routes maritimes à partir de l'Europe à l'ère moderne favorisèrent le commerce, la consommation de vins et la distillation, l'eau de vie étant un agent conservateur de denrée (au premier titre pour le vin lui-même) autant qu'une boisson prisée des marins. Tout cela étant fortement accentué par la révolution industrielle, l'apogée de la viticulture (figure 2) courut alors jusqu'à l'épidémie de phylloxéra, arrivée en Catalogne en 1879, dans les vignes proches du monastère de Sant-Quirze-de-Colera. La restructuration post phylloxérique, le mouvement rabassaire (conflit entre viticulteurs et propriétaires fonciers), ainsi que l'avènement de la coopération aboutirent, petit à petit, au vignoble actuel. Paradoxalement, ils permirent de rationaliser et d'améliorer la vitiviniculture, de garder les meilleurs terroirs, de se recentrer sur ce qui deviendra, à la fin du XX^e siècle, le noyau des appellations d'aujourd'hui, qui concentre 90 % de la production, (Molleví Bortoló, 2011). Cette concentration spatiale est la conséquence de l'exode rural consécutif à l'industrialisation au XIX^e siècle, en Catalogne comme dans toute l'Espagne, avec une vague supplémentaire à partir des années 1960. La vigne abandonne les endroits les plus reculés, les plus montagneux. Ainsi, le vignoble catalan a perdu 20 000 hectares de 1974 à 1986, puis 30 000 hectares de 1986 à 1996, passant alors de 110 000 hectares à 60 800 hectares. Il représentait presque 3 millions d'hectolitres produits en 2007, soit 23 % de la vente nationale de vins espagnols.
- 10 Il faut attendre les années 1980, l'entrée de l'Espagne dans la Communauté européenne en 1986 pour avoir une véritable politique de production de vins de qualité.

Figure 2 : Pourcentage de vignes par rapport aux terres cultivées en Catalogne espagnole en 1860

Figure 2 : Pourcentage de vignes par rapport aux terres cultivées en Catalogne espagnole en 1860, (Colomé et alii, 2018)

Source : Colomé J., Planas J., Soler-Becerro R., Valls-Junyent F., 2018

- 11 Les vins catalans deviennent des vins d'exportations avec l'ouverture de marchés aux États-Unis, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Asie, notamment avec le vin effervescent « Cava ». La renommée de ce dernier, alliée à celle des appellations Penedès ou Priorat, ne doit pas faire oublier les autres productions viticoles, qui sont passées aussi ces dernières 30 années d'une vision encore traditionnelle, où la polyculture familiale était encore de mise, à une entrée de plain-pied dans une économie viticole mondialisée et intégrée.
- 12 Le vignoble catalan (figure 3) devient alors une zone d'appel touristique derrière le macrocéphalisme de la balnéarisation littorale, face à une image d'un intérieur des terres laissé souvent à la déprise rurale. Séparée en deux depuis le traité des Pyrénées de 1659, la Catalogne a une histoire viticole et rurale mise en valeur à la fois par l'Espagne et la France. Mais les Pyrénées constituent autant une barrière qu'une unité. Il y a une continuité catalane historico-linguistique et, depuis la constitution d'une AOP Languedoc en 2009, parcourant le pourtour méditerranéen du delta du Rhône au Roussillon, se pose la continuité franco-espagnole entre cette AOP Languedoc et l'Espagne, notamment à travers les appellations catalanes espagnoles et la plus frontalière de toutes, la DO Empordà.
- 13 Localement, le continuum catalan est interrompu par deux évolutions viticoles différentes. Au nord de la ligne de crête des Pyrénées se termine l'appellation Languedoc qui s'incarne en Catalogne française par les appellations Banyuls et Collioure. Ces dernières s'ancrent dans un paysage très pentu, patrimonial en terrasses et « *peus de gall* », typique et unique, mais très difficile à entretenir, où le travail est manuel en totalité, les rendements très faibles sans apport d'engrais et sans lutte contre l'enherbement. Ce vignoble en lente érosion commerciale face à sa lutte

ancestrale contre l'érosion mécanique pourrait même apparaître économiquement comme un paysage en panne, si le cachet esthétique ne gommait cette aspérité.

- 14 Au sud, ces aménagements n'ont jamais existé, traité des Pyrénées oblige peut-être. L'exode rural espagnol, plus tardif et plus violent, à partir des années 1960, a vidé les pentes des Albères à partir de Portbou et le long du littoral abrupt, et la reconstruction a été paradoxalement plus aisée.

Figure 3 : Situation viticole de la Catalogne au début du XXI^e siècle

Figure 3: Situation viticole de la catalogne au début du XXIe siècle

- 15 Aujourd'hui, le vignoble catalan espagnol se structure autour de 12 appellations, les appellations « Catalunya » et « Cava » étant transversales aux autres et disséminées dans l'ensemble de la région (tableau 1).

Tableau 1 : Caractéristiques de surface et production des Appellations d'Origine Contrôlée de la Catalogne espagnole en 2004

Caractéristiques de surface et production des Appellations d'Origine Contrôlée de la Catalogne, 2004.

Appellations d'Origine Contrôlée (A.O.C.)	Surface ha	Production hl	Nombre de paysans viticoles	Entrepôts
				Total
A.O.C. Qualifiée Priorat	1.650	1.857	620	50
A.O.C. Alella	560	8.137	137	5
A.O.C. Conca de Barberà	5.871	35.154	2.200	15
A.O.C. Costers del Segre	4.622	87.019	638	16
A.O.C. Empordà	2.070	60.087	570	23
A.O.C. Montsant	2.020	32.968	783	31
A.O.C. Penedès	27.729	523.451	5.763	198
A.O.C. Pla de Bages	550	11.800	100	7
A.O.C. Tarragona	7.391	391.500	2.289	27
A.O.C. Terra Alta	9.224	268.941	1.884	32
A.O.C. Catalunya	8.690	299.128	3.218	104
A.O.C. Cava	32.009	1.504.626	7.463	273

Source: INCAVI.

Source : Molleví Bortoló, 2011

1.2 Les spécificités de l'Empordà, entre mer et montagne

- 16 L'Empordà, (Ampurdan en Castillan), est une appellation d'origine viticole espagnole depuis 1975, dont la particularité tient à ce qu'il y a plus de vignes extérieures à l'aire d'appellation que l'inverse. Elle se situe au nord de la province de Gérone, essentiellement au nord de Figueres, de Cantallops à Roses, au contact de la frontière française. Ce vignoble assure une certaine continuité à la vaste AOC Languedoc française. Les évolutions socioéconomiques font que du côté espagnol les terrasses emblématiques des deux côtés des Pyrénées ont été abandonnées, surtout dans la zone littorale.
- 17 Reconnu pour ses rosés au départ, l'Empordà revendique aussi une réputation en vins rouges, dominants à présent (60 % de rouge et 17 % de rosé) et essentiellement élaborés avec les cépages traditionnels carignan (localement mazuela) et grenache. Des cépages nouveaux venus comme le tempranillo, le cabernet sauvignon et le merlot favorisent des assemblages permettant aux vins d'accéder plus vite, en vieillissant, à des goûts plus mondialisés. Le vignoble produit des blancs (19 %) à base des locaux macabeu ou xarello, ainsi que des vins doux naturels (4 %, à partir de grenache blanc ou de lladoner) et l'effervescent « Cava », véritable alternative catalane au Champagne par exemple, qui arrive à s'exporter aujourd'hui grâce à des prix compétitifs.
- 18 L'Empordà est cultivée par 287 viticulteurs et l'appellation abrite 51 caves dont 48 avec embouteillage. C'est une appellation qui s'est profondément transformée en 30 ans,

voyant sa superficie productrice diminuer, notamment en passant de 2758 hectares en 1996 à 1766 hectares aujourd'hui, mais dont le nombre de caves particulières est passé de 11 à 47 sur la même période, pour une moyenne de 60 000 hectolitres annuels (tableau 2).

Tableau 2 : Évolution de la superficie en vigne dans l'Empordà depuis 1989

Année	Superficie en vigne (en hectares)
1989	3081
1996	2758
2005	1856
2015	1766

- 19 Les exportations en constituent un tiers, un peu plus de 21 000 hectolitres en 1995, 27 000 hectolitres en 2007, alors qu'elles avaient beaucoup baissé en 2000, avec seulement 12 200 hectolitres. La reprise s'explique par des achats plus importants des pays d'Europe du nord, et particulièrement de la Suède.
- 20 Le vignoble est situé en bordure de la mer Méditerranée dans la province de Gérone. Il est divisé en deux zones sur les communautés de communes d'Alt Empordà et Baix Empordà, séparées par la vallée du Fluvia. Bordé au nord par les Pyrénées et à l'est par la Méditerranée, il se répartit sur 55 municipalités :
 - 35 communes dans l'Alt Empordà, une zone s'étirant le long de la route nationale 11 et comprenant le cap de Creus, avec les villes de Figueras, Port-Bou, Roses, Cadaques, dans un arc qui va du Cap de Creus à la Garrotxa d'Empordà. Il se limite donc aux Pyrénées au nord, à la Méditerranée à l'est et au sud, notamment par le golfe de Roses.
 - 20 communes dans le Baix Empordà, autour des massifs des Gavarres, de Begur, du Montgri et comprenant les villes de La Bisbal d'Empordà, Sant-Feliù-de-Guixols, Palamos, Palafrugell.
- 21 Les paysages de l'Empordà se caractérisent par la barrière de montagne pyrénéenne qui le ferme au nord et au nord-ouest, à des altitudes proches de 1500 mètres. Au sud, le massif de Gavarres donne naissance à des reliefs plus doux, le point culminant atteignant les 535 mètres. Les paysages sont souvent témoins de la déprise, alternant garrigues, bosquets de chênes verts et vignes. Ils sont également marqués par la présence de murets en pierres sèches et par les édifices romans, notamment autour de Peralada ou du monastère de Sant-Père-de-Rodes.
- 22 Il convient de différencier les zones de la plaine de l'Empordà où prédominent les sols alluviaux, des zones à flancs de montagne où les sols ont pour roche-mère les ardoises, les schistes ou les granits. C'est un vignoble marqué par un climat méditerranéen où la moyenne de température annuelle se situe autour des 15°C, mais qui présente la

particularité d'être balayé par la tramontane, un vent du nord dont les rafales dépassent souvent les 100 km/h. La tramontane caractérise véritablement toute la DO ; ce vent fort provient de l'intérieur des terres et oblige à planter les vignes au niveau du sol et à les protéger avec des arbres ou arbustes rangés ; ces derniers constituent même un argument œnotouristique.

- 23 Les vins de la DO Empordà et leur positionnement reposent sur une vingtaine de cépages qui sont utilisés pour l'élaboration des vins rouges et blancs avec principalement le samso (carignan) et lledoner (grenache rouge) pour les rouges et le grenache blanc, le viura (Macabeu) et le xarello pour les blancs. Des cépages typiquement méditerranéens sont parfois assemblés à des cépages espagnols comme le tempranillo, le monastrell, le lledoner pelut, mais également à des cépages internationaux comme le cabernet franc, le cabernet-sauvignon, le merlot, le chardonnay. Cette richesse se retrouve dans la gamme très large de vins élaborés sur le territoire : rouge, rouge en fût, blanc, blanc en fût, rosé, mousseux. De plus, on trouve du garnatxa de l'Empordà, singularité de la région. Il s'agit d'un vin doux naturel, élaboré à partir du grenache qui a donné son nom au vin, c'est un vin doux qui se conserve longtemps, tout comme l'autre vin doux de la région, le moscatell de l'Empordà.
- 24 Ainsi, l'Empordà présente des caractéristiques en termes :
- d'ancienneté du vignoble, remontant très certainement à l'époque antique,
 - de renouveau et de montée en gamme de la production durant les trente dernières années,
 - de typologie des acteurs du vignoble : présence forte de vignerons indépendants et de caves coopératives, mais sous-représentation des maisons de négoce,
 - de notoriété des vins : locale, régionale voire nationale. Mais les vins sont moins présents à l'export ou mal identifiés,
 - de situation dans une zone à forte notoriété touristique avec la proximité immédiate de la Costa Brava.
- 25 C'est un vignoble qui a rajeuni son positionnement marketing et sa communication en profitant de sa proximité géographique avec Barcelone, pour redynamiser ses ventes, (Gerbà-Médalle, 2019).

2. Les capacités de l'Empordà à intégrer la mondialisation vitivinicole

2.1 Une mise en œnotourisme, du classique au virtuel

- 26 La DO Empordà est ainsi une petite appellation en superficie, à proximité de deux grandes zones de production, celle du Cava dans le Penedès au sud et du Languedoc et du Roussillon, au nord. Aussi pour se différencier, les vignerons, de manière individuelle comme collective, ont dû, pour développer la notoriété de leur appellation, renouveler complètement leurs communications. En témoignent la palette graphique des étiquettes de vin tout comme la communication média et web pour promouvoir le vignoble. S'appuyant sur la modernité et l'excellence de la cuisine gastronomique du Chef Adrià Ferran ou sur celle des frères Roca, les vignerons utilisent largement la communication digitale pour se faire connaître et reconnaître. Ainsi le compte Instagram du conseil régulateur présente 567 695 abonnés et 646 posts depuis mars 2014, et est axé sur la convivialité, les paysages et la gastronomie. La page Facebook est

suivie par 8385 personnes, avec une publication tous les deux jours en moyenne, orientée sur la vie de l'appellation et les événements. Quant au compte Twitter, il est suivi par 9245 personnes, et ce ne sont pas moins de 6644 tweets qui ont été envoyés depuis juin 2012, soit une moyenne de 3 tweets/jour relayant ainsi toutes les informations concernant le vignoble, de la production à la commercialisation, du législatif à l'œnotourisme.

- 27 Concernant ce dernier, il s'agit là d'un axe fort du développement de la DO. Profitant de la proximité immédiate avec la Costa Brava et ses stations balnéaires, mais aussi avec la métropole européenne de Barcelone et la notoriété des artistes catalans (Dali, Miro...), l'appellation et son conseil régulateur ont accompagné le développement de l'œnotourisme notamment par la communication et le développement d'événements dédiés (Gerbal-Médalle, 2019).
- 28 Cette volonté de développer l'œnotourisme pour faire connaître de vignoble s'appuie sur un mastodonte du tourisme : la région du Gironès et sa marque « Costa Brava i Pirineu de Girona ». En 2015 le nombre de touristes étrangers ayant visité la région s'élevait à 4 645 763 et 18,9 millions de nuitées, sans compter celles des appartements touristiques (type Airbnb). Les chiffres de l'offre y sont colossaux : 245 plages dont 37 ayant le pavillon bleu décerné par la *Fondation for Environmental Education*, 550 éléments patrimoniaux classés, 26 musées thématiques dont le célèbre Théâtre-musée Salvador Dali à Gérone, 2000 restaurants dont 16 étoilés, 7 parcs naturels dont le Parc du Montseny, premier espace classé réserve de biosphère par l'UNESCO. Depuis une dizaine d'années la Generalitat de Catalunya met largement en avant la gastronomie et les vignobles dans sa promotion touristique.
- 29 Ainsi le dossier de presse 2018 présente la Costa Brava et le Gironès comme

« une destination méditerranéenne consolidée dont le climat, le paysage, la côte, l'environnement naturel et la culture sont les principaux attraits. Elle dispose de nombreux produits touristiques tels que le tourisme de vacances ou de soleil et de plage, les tourisms culturel, œnogastronomique, actif et de la nature, ainsi que le tourisme de congrès et de réunions. La Costa Brava se reconnaît à l'alternance de ses vastes plages, de ses petites cales entourées de végétation et de falaises rocheuses qui s'entendent de Port-Bou jusqu'à Blanes, sur 220 kilomètres. Depuis 2012, les bourgades de Roses, Castelló d'Empuriès, Sant-Père-Pescador et l'Escala se partagent l'unique baie de la Méditerranée, la baie de Roses, qui appartient au club des « baies les plus belles au monde ». La province de Girona est bien connue pour ses 15 restaurants qui cumulent 19 étoiles au Guide Rouge Michelin. Parmi eux, on mentionnera El Cellar de Can Roca à Girona, des frères Roca, actuellement le meilleur restaurant au monde selon la revue britannique *Restaurant Magazine*, le restaurant Miramar à Llançà, de Paco Pérez, et Les Cols à Olot, de Fina Puigdevall. Les vins de l'AOC Empordà méritent un chapitre à part. On peut découvrir leur qualité à travers la Route du Vin AOC Empordà ».
- 30 Toutefois, même s'il y a un affichage et un soutien fort de la part des professionnels institutionnels du tourisme, le fait œnotouristique reste encore marginal dans cette région. Ainsi en 2015 la route des vins A.O. Empordà a accueilli 39 073 visiteurs dans les 23 caves du circuit et 53 019 visiteurs ont visité les 3 musées dédiés au vin de la région (musée du vin du château de Peralada, musée du vin de Coll de Roses et musée du liège). Le festival œnotouristique Vivid, se déroulant tout au long du mois d'avril, accueille quant à lui plus de 7000 personnes et engendre 481 089 € de retombées économiques sur le territoire, les visiteurs ayant dépensé en moyenne 24,70 € (contre 18€ lors de la visite de la route des vins).

- 31 Le vignoble de l'Empordà ne connaît pas de structuration œnotouristique ressemblant à un réseau structuré d'acteurs ou de démarche qualité partagée. Il communique de manière forte en s'appuyant tout à la fois sur l'appellation, DO Empordà, mais également sur deux marques territoriales renommées : « *Costa Brava* » et « *Catalunya* ». En s'appuyant sur ces marques connues et reconnues à l'international comme en Espagne, et en choisissant de mettre l'accent sur les conditions naturelles et patrimoniales du territoire, le vignoble s'est positionné dès 2014 comme une destination œnotouristique, complémentaire de l'offre de la Costa Brava (Gerbal-Médalle, 2019).

« L'œnotourisme vous réserve une expérience inoubliable sur la Costa Brava, dans la région de l'Empordà, pour être plus précis. La Route du vin DO Empordà vous plongera dans la tradition la plus profonde du terroir et vous emmènera jusqu'à l'époque romaine. Découvrez cette facette de notre identité gastronomique de l'intérieur et savourez tous les secrets des vins blancs, rosés et rouges de l'appellation DO. Empordà ». (site du conseil régulateur)

- 32 Là encore, l'ancienneté du vignoble est un élément patrimonial mis en avant, bien plus que les paysages sur le site de promotion touristique du territoire. Mais il est intéressant de constater que la présentation de la destination œnotouristique, sur le site du conseil régulateur fait également appel à l'imaginaire touristique et non viticole pour présenter le territoire :

« Un itinéraire sur la terre de Dalí et de Pla, dans des sites qui conservent des trésors romains, des panoramas spectaculaires, au cœur du terroir de la gastronomie la plus exceptionnelle du moment, dont les représentants, les frères Roca ou Ferra Adrià, se distinguent parmi un grand nombre de professionnels de la restauration et de la gastronomie de l'Empordà et de Gérone. En définitive, une expérience unique dans l'univers du vin, sa culture et sa gastronomie qui fera de votre séjour un séjour inoubliable ».

- 33 Telles sont les conditions d'adhésion au club « destination Empordà », par une adhésion volontaire (500 €/an), en mode de cooptation par les autres membres après présentation en réunion du club (tableau 3).

Tableau 3 : Synthétique d'analyse de l'offre « Destination Empordà » de l'appellation Empordà

Conditions naturelles : (climat, paysages, environnement ...)	<p>Ensoleillement important.</p> <p>Paysage viticole morcelé, tournée vers la mer.</p> <p>Tourisme balnéaire et festif. Tourisme rural. Tourisme gastronomique (Cuina catalana)</p>
---	---

Patrimoine culturel et historique, offre animation culturelle	<p>Salvador Dali (musées, sites)</p> <p>Abbayes et églises romanes, ruines gréco-romaines d'Empuriés</p> <p>Architecture de vignes en pierres sèches (cabanes de vigneron, murets).</p> <p>Architecture moderne des chais</p> <p>Nombreuses animations culturelles chez les vignerons et dans les villes et villages (festival del Vi)</p>
Potentiel technique : hébergement, restauration, transport	<p>Quelques vignerons proposent des hébergements au Domaine.</p> <p>Pas de restauration permanente dans les Domaines viticoles.</p> <p>Offre de restauration sur le territoire très étendue, présence de restaurants prestigieux (Can Roca)</p> <p>Vignoble accessible en train. Véhicule personnel (voiture ou vélo) nécessaire pour découvrir le vignoble</p>
Environnement Socio- Économique : gestion de l'espace public, politiques touristiques, politiques publiques, infrastructures (réseaux routiers, ferroviaire, aérien, web)	<p>Aéroport international de Barcelone et Gérone. Port (ferry) de Barcelone, lignes TGV, axes autoroutier AP7</p> <p>Soutien fort de la Generalitat, d'IBERTUR et mobilisations de fonds européens pour le développement de l'œnotourisme</p>
Marketing territorial et communication	<p>Marque locale : « Emporda »</p> <p>Marque locale de portée internationale : « Costa Brava »</p> <p>Marque régionale de portée internationale : « Catalunya »</p>
Labellisé « Vignobles & Découvertes »	NC

Source : Gerbal-Médalle, 2020

34 En Empordà, un travail de structuration touristique sous la forme de routes des vins a été entrepris par le conseil régulateur de la DO. Cette structuration a notamment permis de créer des liens et une lisibilité dans un territoire éclaté en deux principales zones de productions. Ainsi le territoire est divisé en routes et chemins :

- la route des vins de l'Empordà qui suit un tracé transversal allant de la mer (Cap Creus) jusqu'à la montagne dans l'Alt Empordà (autoroute E15), au nord de la zone de production,
- la route des vins et du liège qui passe par le sud de la région de l'AO Empordà, en Baix Empordà, et qui associe caves et entreprises bouchonnières,

- le chemin de liaison qui réunit les deux routes et qui, s'il ne présente qu'un très petit nombre d'opérateurs viticoles, permet toutefois d'associer le site archéologique d'Empuries et le Parc naturel des Aiguamolls de l'Empordà à l'œnotourisme dans le vignoble (figure 4).

Figure 4 : Les routes des vins de la DO Empordà

Figure 4: Les routes des vins de la DO Empordà, extrait de la documentation œnotouristique de la DO Empordà, (Gerbal-Médalle, 2020)

Source : Extrait de la documentation œnotouristique de la DO Empordà (Gerbal-Médalle, 2020)

- 35 L'approche du vignoble en relation avec la convivialité s'illustre en Empordà par le festival Vivid qui se déroule sur tout le mois d'avril depuis 6 ans, qui met l'animation et la rencontre avec les vignerons au cœur de sa communication et promet de transformer l'« *Alt Empordà y el Baix Empordà en el epicentro del enoturismo de Cataluña* »². La vidéo promotionnelle de ce festival ainsi que les posts publiés sur les réseaux sociaux mettent tout particulièrement en valeur la rencontre avec les vignerons ainsi que leur convivialité et leur disponibilité.
- 36 Dans nos exemples se retrouvent la recherche du positionnement du vin ainsi qu'une envie de changer l'image de l'Empordà : il s'agit de passer d'une zone touristique de masse associée au tourisme balnéaire à une position d'« épicerie de l'œnotourisme en Catalogne ».

2.2 L'architecture des chais au service de l'œnotourisme, de la tradition au post-moderne

- 37 A l'image de ce qui se pratique dans le Nouveau monde viticole et dans la vieille Europe depuis maintenant deux décennies, (Lignon-Darmaillac, 2009 ; Schirmer, 2014 ; Rouvellac, 2014), l'Empordà prend le virage post-moderne de la communication vitivinicole.

- 38 En Espagne, la tradition de production familiale liée à la pluriactivité, souvent structurée en coopérative a amené les viticulteurs à peu investir dans le bâtimentaire viticole important ou monumental et à rester dans une architecture non remarquable. Le champ était donc libre pour se laisser aller à des projets architecturaux de chais originaux, voire iconoclastes comme dans la Rioja presque voisine, (Rouvellac, 2014). Cette vision s'accompagne d'un relativisme des fonctions vitivinicoles à l'intérieur et autour du chai de production et de vente du vin, un esprit post-moderne s'est donc emparé des investisseurs et des viticulteurs les plus innovants. Un domaine viticole propose parfois des prestations annexes, comme la restauration et l'hébergement, ou encore des activités n'ayant rien à voir directement avec la vigne et le vin : une offre culturelle à travers des expositions ou des manifestations théâtrales, une offre d'activités de pleine nature à travers les vignes. Cette vision d'un accueil et d'un tourisme plus intégré peut aboutir à relativiser la mission première du chai, produire et vendre du vin, à un rang secondaire.
- 39 Désormais la même dynamique se retrouve dans l'Empordà (figure 5). S'y retrouvent quelques exemples de chais contemporains, notamment celui de Terra Remota qui a été élaboré par le cabinet barcelonais d'architecture et de design de Pepe Cortes, en collaboration avec l'architecte Nacho Ferrer ou encore le chai Vinyes d'Olivardots à Capmany. L'un d'entre eux est actuellement en voie d'achèvement à la sortie de la commune de Rabos, toujours sur la route des vins de l'Empordà.
- 40 Ces formes cubiques aux toits plats, qui tranchent avec les reliefs des piémonts pyrénéens environnants, cohabitent avec les bâtiments classiques, fonctionnels avant tout, des coopératives historiques de l'appellation, comme à Palau-Saverdera où s'affiche la double tradition viticole et oléicole sur la façade du bâtiment. Ou encore à Espolla, où se retrouvent exposées les traditionnelles jarres en verres contenant du vin mis à vieillir au soleil, tradition qui se conserve dans toute la Catalogne, au nord et au sud des Pyrénées. Certaines caves traditionnelles ajoutent aujourd'hui une touche de diversification œnotouristique en offrant de la restauration au cœur des bâtiments de production et de stockage des vins comme à Garriguella, où se trouve la cave éponyme la plus importante de l'appellation, qui contrôle près de 1000 hectares de vigne.

Figure 5 : Différents types d'architecture et d'activités dans l'appellation Empordà, entre tradition et modernité

Il faut noter que sur le cliché montrant le chai en fin de construction à Rabos, figurent devant les portes des récipients de vinification et/ou de stockage en forme d'amphore, probablement en grès. Cette reprise de design antique, associé à un matériau nouveau, constitue une approche prisée actuellement, montrant comment une reprise traditionnelle essaie de s'inscrire dans la modernité, outil de communication supplémentaire pour les futurs visiteurs du chai et acheteurs de vins. Clichés : E. Rouvellac, 2021

Conclusion

- 41 Les stéréotypes ont parfois la vie dure, et les touristes en Méditerranée cultivent encore des modes de vacances très tournés vers la mer, en ayant une vision passée des vins espagnols. Mais les mentalités évoluent et une quantité non négligeable de touristes, notamment de passage, s'intéresse à l'intérieur des terres, aux paysages, au patrimoine et aux produits locaux, de terroirs, par curiosité et dans un souci de prise en compte de l'environnement. L'appellation Empordà rend pleinement compte de cette évolution vers l'œnotourisme et la valorisation d'un territoire à travers l'un de ses produits phares, ici le vin. La création de routes dédiées, de manifestations et d'une communication importante en sont des preuves. Cette évolution se concrétise parfois par la construction de chais de vinification à l'architecture originale, ici axée sur les formes cubiques, et par la diversification des activités, comme la restauration. Ceci constitue une évolution historique de l'approche vitivinicole partagée dans le monde entier, inscrivant l'Empordà dans ce mouvement général.

BIBLIOGRAPHIE

Colomé J., Planas J., Soler-Becerro R., Valls-Junyent F., 2018, *La lutte de Rabassar : analyse à long terme d'un mouvement social et politique*, Publié en ligne par Cambridge University Press

Gerbal-Médalle F., 2019, *La mise en désir des territoires par l'œnotourisme*, Thèse de doctorat de géographie, Université de Toulouse J. Jaurès, 286 p.

Huetz de Lempis A., 2009, *Les vins d'Espagne*, Presses Universitaires de Bordeaux, Bordeaux, 552 p.

Lignon-Darmaillac S., 2009, *L'œnotourisme en France. Nouvelle valorisation des vignobles. Analyse et bilan*, Bordeaux, éd. Féret, 255 p.

Molleví Bortoló G., 2011, Les vignobles catalans : Histoire, géographie et situation économique actuelle, *Territoires du vin*, n°3, URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1411>

Rouvellac E., 2014, Les terroirs viticoles outils objectifs et subjectifs de la communication des vignobles, de l'identité des terroirs jusqu'à leur dissolution, *Sud-Ouest Européen*, n° 36, 2013, 85-96.

Schirmer R., 2014, *Une révolution dans les chais ? Les viticulteurs du Bordelais, acteurs de leurs paysages*. 9 p. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00865196/document>

NOTES

1. Littéralement, en catalan, « pieds de coq ». Il s'agit d'aménagements de lutte contre l'érosion qui consistent en un fossé principal où se branchent latéralement des fossés secondaires, donnant une forme de trident à la construction. Ces fossés sont dallés et parementés, entrecoupés de terrasses soutenues par des murets, donnant un cachet minéral très particulier aux paysages banyulens.

2. L'« Alt Empordà et la Baix Empordà en épicerie de l'œnotourisme en Catalogne ».

RÉSUMÉS

Situé dans le piémont de la partie la plus au sud-est des Pyrénées, au contact de la frontière avec l'Espagne, l'appellation d'origine contrôlée Empordà est dans la continuité des vignobles du Roussillon français, dans un contexte catalan où se situent les vignobles parmi les plus réputés d'Espagne. L'Empordà trouve son identité entre la mer Méditerranée et la montagne, entre une côte balnéaire densément aménagée et un arrière-pays souvent laissé en déprise. Ce vignoble parvient à intégrer pleinement la mondialisation viticole en se saisissant de tous les outils de communication actuels, grâce à une fréquentation touristique très élevée et une politique œnotouristique qui entraîne une mise en désir du territoire. Il reste souvent traditionnel dans les détails de ses structures de productions mais l'architecture de certains chais de vinification et de vente montre comment l'Empordà parvient à saisir les évolutions postmodernes actuelles.

Located in the foothills of the most south-eastern part of the Pyrenees, in contact with the Spanish border, the Empordà guaranteed ventage is a continuation of the vineyards of French Roussillon, in a Catalan context where the vineyards are located among the most famous in Spain. L'Empordà finds its identity between the Mediterranean Sea and the mountains, between a densely developed seaside coast and an often-neglected hinterland. This vineyard manages to fully integrate wine globalization by seizing all the current communication tools, thanks to a very high tourist attendance and a wine tourism politics which brings desire for the territory. It often remains traditional in the details of its production structures, but for example, the architecture of certain winemaking and sales cellars shows how Empordà knows how to grasp current postmodern developments.

INDEX

Mots-clés : Œnotourisme, architecture de chais, Empordà

Keywords : Wine tourism, cellar architecture, Empordà

AUTEURS

ÉRIC ROUVELLAC

Professeur de géographie - UMR 6042 Géolab – Université de Limoges
eric.rouvellac@unilim.fr

FRANCE GERBAL-MÉDALLE

Consultante en œnotourisme, cabinet AOC-Tourisme
aoc.tourisme@gmail.com