Revue de géographie historique

19-20 | 2021

Paysages viticoles, vignobles et vigneron : entre traditions et innovations

Vous avez dit « *Port Wine* » ? Géographie historique du goût anglais en faveur du vin de Porto

Did you say « Port Wine »?

Historical geography of English taste in favor of Port wine

Philippe Baumert

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/geohist/2877>

DOI : 10.4000/geohist.2877

ISSN : 2264-2617

Éditeur

Association française de la Revue de géographie historique

Référence électronique

Philippe Baumert, « Vous avez dit « *Port Wine* » ? Géographie historique du goût anglais en faveur du vin de Porto », *Revue de géographie historique* [En ligne], 19-20 | 2021, mis en ligne le 20 novembre 2021, consulté le 22 novembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/geohist/2877> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/geohist.2877>

Ce document a été généré automatiquement le 22 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/>

Vous avez dit « *Port Wine* » ? Géographie historique du goût anglais en faveur du vin de Porto

Did you say « Port Wine »?

Historical geography of English taste in favor of Port wine

Philippe Baumert

Introduction

- 1 L'Angleterre est en 2020 un des grands marchés du Porto : troisième au classement des pays importateurs de ce vin portugais, c'est surtout un pays dont les consommateurs connaissent et apprécient les vins de Porto de qualité.

« Les Anglais, qui ont fait du “port wine” leur vin d'excellence, l'ont appelé, un jour, “le soleil mis en bouteille”. (...) Il se trouve que les grands vins reflètent l'esprit du lieu et des hommes les ayant créés. Et le vin de Porto associe, en une synthèse heureuse, la nature et la culture. Ce qu'il est il le doit aux conditions exceptionnelles pour la production vinicole de sa région d'origine, [le Haut-Douro], enclave méditerranéenne située dans le Portugal Atlantique. Mais le vin de Porto n'est pas uniquement le résultat de ce don d'une nature généreuse : (...) son originalité provient des siècles d'expérience et du savoir des hommes qui l'ont créé et l'ont élevé, dans la Vallée du Douro et dans les chais de Porto et de Gaia » (Martins Pereira, 1997, p. 133).

- 2 L'objet de cet article est de comprendre pourquoi et comment les Anglais ont développé durablement un réel goût pour le Porto du XVII^e siècle à nos jours et, plus largement, de vérifier l'hypothèse selon laquelle le succès durable de ce vin portugais s'explique par la géopolitique, les choix politiques et les stratégies d'acteurs. Dans le cadre d'une analyse de géographie historique, nous démontrerons tout d'abord que les Anglais ont joué un rôle majeur dans la construction du terroir *duriense* et l'émergence d'un grand

vin de qualité. Nous établirons ensuite que le Porto est durablement devenu une boisson anglaise grâce au rôle déterminant que jouèrent les pouvoirs publics anglais et portugais, ce qui nous permettra notamment d'aborder la délimitation et réglementation précoce du Haut-Douro viticole. Nous constaterons enfin que la relation des Anglais au Porto s'inscrit entre traditions et innovations.

1. De l'importance de l'initiative anglaise dans l'émergence du Porto

- 3 Comme en Bordelais, l'initiative anglaise a été déterminante afin de faire émerger les territoires de ce qui allait devenir ce grand vin de qualité qu'est le Porto. C'est en effet surtout sous l'impulsion des marchands anglais, qui vinrent s'installer à Porto dans la seconde moitié du XVII^e siècle, que la région viticole du Douro prit son essor¹. Dès 1678, l'Association des Négociants Anglais (*Feitoria Inglesa*) commence ainsi à exporter des vins de Porto. La pratique du mutage à l'eau-de-vie, appliquée aux vins de la région viticole du Douro dès le milieu du XVIII^e siècle par les négociants, a véritablement permis la croissance du commerce de ce vin en l'autorisant à accéder aux marchés d'Europe du Nord sans trop s'abîmer, et ce d'autant plus que les Anglais maîtrisaient la technique de fabrication de la bouteille en verre épais et noir depuis les années 1620.

A. Le rôle fondamental du marché

- 4 Plusieurs raisons peuvent expliquer la croissance des exportations de Porto à destination de l'Angleterre au cours du XVIII^e siècle. On peut tout d'abord souligner la grande adaptation des producteurs qui ont su satisfaire les palais anglais en répondant favorablement aux nouvelles instructions de la *Feitoria Inglesa*, autrement dit des exportateurs : « le vin de Porto doit être comme une flamme liquide dans l'estomac mais ne doit pas brûler comme la poudre d'un canon, il doit avoir la douceur du sucre du Brésil et les arômes des épices des Indes » (réponse des producteurs du *Cima Douro* aux nouvelles instructions de la *Feitoria Inglesa*, 1754). On voit par là en quoi le rôle des marchands est fondamental et l'on peut, à juste titre, considérer que ce sont eux, en partie, qui ont véritablement permis l'émergence d'un vin de Porto de qualité destiné à satisfaire le goût anglais, beaucoup plus que le terroir agro-physique : « Si n'êtes en lieu pour vendre votre vin, que feriez-vous d'un grand vignoble ? » (Serres, 1600, t. I, p. 221). Il faut néanmoins aller au-delà de ce constat pour comprendre les raisons ayant amené le Portugal à devenir progressivement le principal fournisseur de l'Angleterre au cours du XVIII^e siècle. En effet, le corpus de statistiques rassemblé sur l'évolution des importations anglaises de Porto et de vins espagnols (vins des Canaries et de Jerez) de 1690 à 1809 (tableau 1) montre avant tout une concurrence entre ces vins, le Porto ne s'imposant véritablement qu'à partir du milieu du XVIII^e siècle sur le marché anglais.

Tableau 1 : Évolution des importations anglaises de Porto et de vins espagnols de 1690 à 1809.

Décennies	Importations annuelles moyennes de Porto (en hl)	Importations annuelles moyennes de vins espagnols (en hl)
-----------	--	---

1690 1699	-	48 462	86 376
1700 1709	-	40 402	50 007
1710 1719	-	63 444	68 191
1720 1729	-	104 525	81 830
1730 1739	-	98 446	86 376
1740 1749	-	108 926	18 184
1750 1759	-	84 895	36 369
1760 1769	-	111 399	31 823
1770 1779	-	129 255	31 823
1780 1789	-	150 943	27 277
1790 1799	-	259 561	59 099
1800 1809	-	248 866	90 922

Sources : Archives de l'Institut des Vins du Douro et de Porto (IVDP) ; Martins, 1988

- 5 Postulant du rôle fondamental du marché dans l'émergence de vins de Porto de qualité et des terroirs qui leurs sont associés, il nous faut nous interroger sur les raisons qui poussèrent les marchands anglais à venir s'installer dans le nord du Portugal pour y développer le commerce du vin. Ces dernières apparaissent avant tout politico-économiques ainsi que géopolitiques et ont permis, par la suite, aux producteurs et exportateurs de s'adapter aux goûts des consommateurs anglais.

B. L'installation des marchands anglais dans le nord du Portugal : des raisons commerciales et (géo)politiques dès le milieu du XIV^e siècle...

- 6 La première raison de l'installation des marchands anglais dans le nord du Portugal est, fort logiquement, d'ordre commercial. Le Portugal et l'Angleterre entretenaient en

effet des liens commerciaux étroits depuis le milieu du XIV^e siècle. C'est à partir de cette époque que les marchands anglais commencent à exporter draps et tissus au Portugal. Ce qui attira les Anglais au Portugal jusqu'au XVII^e siècle était plus particulièrement le sel, la morue, le liège, le miel et les fruits ainsi que les produits issus des colonies portugaises (sucre, tabac, épices). À partir du milieu de ce siècle, au cours duquel l'activité commerciale fut facilitée par les traités de 1642 et 1654 signés avec le Portugal, les négociants anglais se lancèrent dans le commerce des vins du Douro en échangeant notamment tissus et métaux contre du *vin de Feitoria*. Au départ, les marchands étaient installés à Viana da Foz de Lima, à 80 km au nord de Porto. C'est au niveau de ce port que faisaient escale les navires britanniques commerçant avec les colonies américaines. Vers la fin du XVII^e siècle, le centre du négoce se déplaça vers Porto du fait de l'intérêt grandissant des marchands anglais pour les vins du Douro.

- 7 L'augmentation de la présence des négociants anglais à Porto au cours du XVII^e siècle, intimement liée aux faits politiques, tient à la volonté du Royaume d'Angleterre de conserver le rôle de *primus inter pares* qu'il détenait alors en matière de maîtrise des échanges internationaux, d'où la mise en place d'une stratégie visant à organiser la redistribution européenne des produits en provenance du Nouveau Monde à partir des principaux ports portugais dans le contexte de la renaissance d'un Empire portugais indépendant de l'Espagne à partir de 1640 qui ne leur permettait plus d'intervenir en territoire brésilien². Or, le Portugal contrôlait à cette époque le circuit commercial de l'or du Brésil auquel les Anglais désiraient accéder. Cette stratégie présentait en outre l'avantage d'assurer des débouchés pour leurs produits manufacturés auprès des consommateurs portugais et brésiliens à une période où le vent du protectionnisme soufflait sur l'Europe tout en commençant à exploiter les potentialités du commerce des vins portugais. C'est dans ce contexte qu'il faut comprendre les exportations des 408 barriques de Porto vers l'Angleterre mentionnées en 1678 par la douane de Porto, exportations qui atteindront presque les 8 000 barriques durant la guerre de la Ligue d'Augsbourg.

C. ... et géopolitiques à partir de la fin du XVII^e siècle

- 8 La seconde raison de l'installation des marchands anglais dans le Nord du Portugal tient à la volonté anglaise de sécuriser l'approvisionnement en vin des Îles Britanniques dans le contexte des conflits larvés entre la France et l'Angleterre marquant la fin du règne de Louis XIV qui aboutirent à ériger le vin en véritable arme commerciale. En représailles économiques de la politique menée par la France lors des guerres de la Ligue d'Augsbourg et de Succession d'Espagne³, l'Angleterre augmenta en effet les droits de douane pour les vins français, en 1693 et 1697, et en interdit même les importations entre 1702 et 1713 (Braudel, 1986). Or, au tournant des XVII^e-XVIII^e siècles, l'Angleterre était, avec les Provinces-Unies, le principal importateur mondial de vin et la France son principal fournisseur. Du fait de la forte demande en vin de la société anglaise, l'Angleterre s'employa ainsi à trouver de nouveaux fournisseurs, essentiellement au Portugal et en Espagne, jusqu'à ce que la guerre de Succession d'Espagne n'éclate.
- 9 En 1701, le vignoble du Douro devient ainsi, par le biais du jeu des alliances et des raisons commerciales, le principal fournisseur en vins du Royaume d'Angleterre, contraint de trouver des vins se substituant aux vins de Jerez et de Bordeaux. De 1688 à

1714, les exportations de Porto à destination de l'Angleterre furent multipliées par près de dix (tableau 2), ce qui spatialement se traduit par la diffusion de la vigne jusqu'à São João da Pesqueira (*Cima Corgo*) alors qu'elle avait été jusque-là circonscrite essentiellement dans la région de Lamego (*Baixo Corgo*). Au sein de cette dernière région, l'activité agricole évolua vers la quasi-monoculture de la vigne dans un contexte où, si la concurrence des vins français et espagnols était éliminée, c'était à présent aux rivaux portugais – cherchant à tirer parti du prestige acquis par les vins du Douro – qu'il fallait faire face.

Tableau 2 : Évolution des exportations de vin de Porto vers l'Angleterre entre 1688 et 1714.

Années	Vin de Porto (en hl)	Évolution par rapport à l'année 1688	Contexte international
1688	6 028	—	Début de la guerre de la Ligue d'Augsbourg
1701	33 792	x 5.6	Début de la guerre de Succession d'Espagne
1703	41 619	x 6.9	Signature du traité de Methuen
1714	59 164	x 9.8	Fin de la guerre de Succession d'Espagne

Sources : Archives de l'IVDP

- 10 La signature du traité de Methuen de 1703 entre le Portugal et l'Angleterre (encadré 1), qui favorisa grandement les exportations de Porto à destination de l'Angleterre en échange d'accords sur le textile favorables aux Anglais, explique en partie seulement cette évolution. Ce traité n'exemptait en effet pas les vins portugais de droit de douane et ne prévoyait aucune réduction de tarif. Il garantissait, en revanche, et la clause était précieuse, que les droits frappant les vins portugais à leur arrivée dans les ports anglais ne devaient pas dépasser les deux tiers de ceux payés par les vins français. Il visait donc clairement à défavoriser les vins français au profit des vins portugais et à mettre ceux-ci à l'abri de toute concurrence. Force est toutefois de constater qu'entre le début de la guerre de la Ligue d'Augsbourg et la signature du traité de Methuen, les exportations de Porto à destination de l'Angleterre avaient déjà été multipliées par plus de cinq. La signature de ce traité, permettant à l'Angleterre de consacrer juridiquement sa volonté de cesser d'être le client privilégié du claret bordelais dans un contexte géopolitique tendu avec le Royaume de France, entérine ainsi bien plutôt une situation préexistante. En ruinant l'industrie textile du Nord du Portugal, il a, certes, permis à la viticulture conquérante du Douro de trouver la main-d'œuvre nécessaire afin de répondre à la demande croissante en vin de l'Angleterre (Guichard, 1992, p. 336) et assuré aux négociants britanniques une certaine prospérité dans le commerce vinicole dans lequel ils ne se spécialiseront toutefois véritablement qu'à partir du XIX^e siècle⁴. Au milieu du XVIII^e siècle, les archives de la *Feitoria Inglesa* indiquent ainsi que la trentaine de négociants britanniques détenait néanmoins déjà environ 60% du négoce des vins de la ville de Porto tandis que les négociants portugais (presque trois fois plus nombreux)

n'en détenaient que 35%, les 5% restant se répartissant entre les marchands français, hollandais et allemands. Le XIX^e siècle allait consolider cette domination.

Encadré 1 : Le traité de Methuen.

11 **Traité de Commerce entre le Roi Dom Pedro II et la Reine Anne de Grande-Bretagne, signé à Lisbonne le 27 décembre 1703**

12 L'alliance et l'étroite amitié qui subsistent entre la sérénissime, et très puissante Princesse Anne, Reine de Grande-Bretagne, et le sérénissime et très puissant Pedro, roi du Portugal, nécessite que le commerce entre les deux nations anglaise et portugaise soit promu autant que possible ; Sa Majesté Sacrée le Roi du Portugal, par le gentilhomme João Methuen, membre du Parlement d'Angleterre et son Ambassadeur Extraordinaire au Portugal, indique qu'il lui serait très agréable si les draps de laine, ainsi que les autres produits à base de laine d'Angleterre, étaient admis au Portugal, en supprimant l'interdiction de les introduire dans ce royaume : pour traiter et compléter cette affaire, ils ont donné les pleins pouvoirs et ordres, à savoir, Sa Majesté Sacrée Britannique au susmentionné son Excellence João Methuen ; et Sa Majesté Sacrée du Portugal à son Excellence D. Manuel Telles, Marquês de Alegrete, Comte de Villarmajor, membre de l'Ordre du Christ &c. En vertu des pleins pouvoirs respectivement accordés à ceux-ci, après mûre et exacte réflexion en la matière, ont été établis les articles suivants.

13 *Art. I*

14 Sa Majesté Sacrée le Roi du Portugal promet tant en son propre nom, qu'en ceux de ses successeurs, d'admettre pour toujours au sein du Royaume du Portugal, les draps de laine ainsi que les autres produits à base de laine d'Angleterre, comme il était de coutume par le passé avant que cela ne soit interdit par la loi, sans contrepartie.

15 *Art. II*

16 Il est stipulé que Sa Majesté Sacrée et Reine Britannique, en son propre nom, et en ceux de ses successeurs soit obligée pour toujours, à dater de ce jour, d'admettre en Grande-Bretagne les vins produits au Portugal, de sorte que quelle que soit la période (qu'il y ait paix ou guerre entre les royaumes d'Angleterre ou de France) il ne pourra être exigé des droits de douane pour ces vins, ou quelque taxe que ce soit, directement ou indirectement, qu'ils soient transportés vers l'Angleterre dans des *pipas*, tonneaux ou quelque autre contenant que ce soit ; mais qu'il sera coutume de demander pour une quantité équivalente de vin de France, une diminution ou un abattement du tiers du montant des droits. Néanmoins, et quelle que soit la période, si cette diminution ou abattement des droits, qui doivent s'appliquer comme il a été indiqué ci-dessus, devaient être enfreints de quelque manière que ce soit, Sa Majesté Sacrée du Portugal pourra, justement et légitimement, interdire les draps de laine ainsi que les produits à base de laine d'Angleterre.

17 *Art. III*

18 Les excellentissimes Plénipotentiaires promettent, et s'engagent, à ce que les éléments susmentionnés soient ratifiés par leurs Maîtres au terme de deux mois.

19 Dans la foi et l'homologation de tous ces articles, moi, Plénipotentiaire de sa Majesté Sacré Britannique, confirme ce traité, le signe, et l'estampille du sceau de mes armoiries ; et son Excellence le Plénipotentiaire de Sa Majesté Sacrée du Portugal, pour

éviter une querelle de préséance entre les deux Couronnes de Grande-Bretagne et du Portugal, signe un autre document de même teneur en changeant seulement ce qui doit l'être pour ce motif.

20 Fait à Lisbonne, le 27 Décembre 1703.

Sources : Cardoso *et al.*, 2003. Traduction : Ph. Baumert, 2019

II. Une innovation précoce dans le Douro : délimitation et réglementation de la région viticole pour préserver qualité et marchés du Porto

21 Le chemin vers le succès et l'affirmation d'un grand vin de qualité ne se fit néanmoins pas de manière linéaire et, dans la seconde moitié du XVIII^e siècle, les Anglais auraient pu décider de délaisser le Porto en raison, d'une part, du développement de la falsification, d'autre part, de l'évolution de l'orientation politico-économique du Portugal à partir des années 1770.

A. Le vin de Porto au risque de la fraude

22 La demande de Porto devint si importante en direction de l'outre-Manche entre la fin du XVII^e siècle et le début du XVIII^e siècle que la production eut de grandes difficultés à s'adapter. De multiples fraudes se développèrent ainsi dès la fin du XVII^e siècle (mélange de vins peu chers en provenance d'autres régions viticoles du Portugal, ajout de sucre, cannelle, poivre, gingembre, miel ou encore de baies de sureau) au point que la courbe de la consommation décrocha par rapport à celle de la production de Porto en constante augmentation et dont la qualité suscitait de plus en plus de doutes auprès des consommateurs, essentiellement britanniques et surtout anglais. Preuve s'il en est de cette méfiance, des médecins anglais dénoncèrent dans les années 1730-40 le caractère frauduleux des *Port wines* et mirent en garde les consommateurs contre cette boisson frelatée, malsaine et dangereuse (Enjalbert, 1953, p. 467). Victime de son succès, ou plutôt des tentatives de fraudes qui ne trompèrent en aucun cas sur la durée les consommateurs, les exportations ne cessèrent de fluctuer des années 1730 aux années 1750, avec une nette orientation à la baisse lors de la décennie 1750. Le prix de la *pipa* de Porto (tonneau de 550 litres) ne cessa par ailleurs de diminuer des années 1730 au milieu des années 1750 au point qu'une crise était évoquée pour l'année 1754 (Pinto Ferreira, 1960).

23 Les torts étaient largement partagés entre les viticulteurs du Douro et les négociants en vins, même si chaque partie se renvoyait les responsabilités⁵. Ce furent néanmoins les viticulteurs qui souffrirent le plus de cette situation et qui allèrent ainsi demander l'assistance du gouvernement face à la *Feitoria Inglesa*. Après des tentatives non couronnées de succès pour briser le monopole anglais sur le commerce du vin, les tensions étaient en effet au plus haut entre ces deux catégories d'acteurs dans les années 1750 et les volumes d'exportations continuaient à fluctuer. Dans le courant de l'année 1756, le Consul Britannique de Porto, Robert Jackson, écrivait ainsi au Roi José I^{er} une lettre pour évoquer la « *décadence du négoce des vins de Feitoria* » (Barros Cardoso, 2002) et trouver des solutions.

B. Création de la Companhia Geral de Agriculturas das Vinha do Alto Douro (1756) et relance du marché Anglais

- 24 Le 10 septembre 1756, pour éteindre les conflits et résoudre la crise de confiance du marché britannique vis-à-vis du Porto, le Premier Ministre du Roi José I^{er}, Sebastião José de Carvalho e Melo (Marquis de Pombal), créa ainsi la *Companhia Geral de Agricultura das Vinhas do Alto Douro* (CGAVAD) qui délimita et réglementa, entre 1756 et 1761, la première région viticole au monde (Moreira da Fonseca, 1949). À cette période, l'aire délimitée est d'environ 40 000 hectares.
- 25 Les négociants anglais et portugais, tout comme d'ailleurs les taverniers de Porto et le clergé, n'accueillirent majoritairement pas avec enthousiasme la création de la CGAVAD qui diminuait leurs marges de manœuvre⁶. La production de Porto devenait dès lors très encadrée et les Anglais étaient désormais obligés d'acheter leurs vins à la compagnie et non plus directement au producteur, ce qui brisa leur monopole et plaça *de facto* les ventes sous le contrôle d'un gouvernement qui avait fait le nécessaire pour préserver un négoce qui prenait de plus en plus d'importance⁷. Permettant de lutter contre les fraudes et de garantir la qualité des futurs vins de Porto par toute une série de mesures qui permirent à ce vin généreux de regagner ses lettres de noblesses (encadré 2), la CGAVAD ne fit néanmoins pas l'unanimité et fut l'objet de multiples oppositions dès sa mise en place, y compris parmi les producteurs qui avaient pourtant souhaité sa création. La dureté de ses contrôles, la répression violente lorsque producteurs et négociants ne se pliaient pas aux règles⁸, l'accroissement incessant de ses pouvoirs et compétences jusqu'au début des années 1780 expliquent en grande partie son impopularité et le fait qu'elle ne fut soutenue que par une classe bourgeoise *portuense* naissante qui se servait d'elle pour accéder à son tour au négoce vinicole (Guichard, 1985).
- 26 Le contexte politique de l'époque permet de comprendre pleinement les raisons de la création d'un tel organisme et son caractère autoritaire. Si le risque de perdre le marché britannique a certes joué un grand rôle dans la création de la CGAVAD, il convient de réinscrire la création de cette compagnie dans le cadre de la politique économique du début du règne de José I^{er} qui insista surtout sur la mise en valeur des territoires portugais (Portugal, Brésil) par le biais de la création de grandes compagnies commerciales monopolistiques dans les années 1750. Cette politique ne dura cependant qu'une petite décennie : à la suite de la crise qui se manifesta au Portugal à partir de 1761, le Roi chargea son Premier Ministre de réaliser une période d'industrialisation dès 1770. Ce changement d'orientation politique favorisa l'adoption du traité de commerce Eden-Rayneval entre la France et la Grande-Bretagne (1786). Si la signature de ce traité doit certes être réinsérée dans le contexte de la volonté anglaise de mettre un terme à la guerre économique avec la France sous William Pitt le Jeune, il améliore également les conditions d'importation des vins français en Angleterre et peut donc être aussi considéré comme une certaine forme de représailles à l'encontre de la politique pombaline de développement industriel du Portugal. Cette nouvelle orientation de la politique économique portugaise risquait en effet grandement de déséquilibrer la balance des échanges anglo-portugais en désavantageant l'Angleterre, fort pourvoyeuse de produits manufacturés mais dont les exportations à destination du Portugal avaient beaucoup diminué depuis le milieu des années 1750. L'évolution à la hausse des importations anglaises de Porto au tournant des XVIII^e-XIX^e siècles indique

néanmoins que, malgré la forte concurrence des vins français sur le marché anglais, les consommateurs anglais avaient désormais fait le choix du Porto : de 150 943 hectolitres importés en moyenne lors de la décennie 1780, les volumes passèrent à 248 866 hectolitres lors de la première décennie du XIX^e siècle (+ 65%) et ce malgré la baisse des taxes sur les importations de vins français. Les diverses actions de la CGAVAD, en améliorant nettement la qualité des vins malgré un caractère autoritaire certain démontré par les archives de l'institution, y avaient amplement contribué.

Encadré 2 : Lutter contre les fraudes, garantir la qualité du Porto : les principales mesures de la CGAVAD.

- 27 [1] Délimitation et réglementation de l'aire de production des vins de Porto et mise en place d'un cadastre rigoureux permettant de fixer le seuil haut des productions respectives de chaque exploitation sur la base des productions des cinq dernières années précédant la démarcation ;
- 28 [2] Choix des marchés (chaque année, la CGAVAD indiquait quel type de vin pouvait être destiné aux marchés anglais – vins de première qualité, dit *vinho de feitoria* –, brésiliens – vins de seconde qualité, monopole de la CGAVAD – et *portuense* – vin de troisième qualité pouvant être vendu dans un rayon de quatre lieues autour de Porto, monopole de la CGAVAD) ;
- 29 [3] Interdiction d'une exportation des vins de Porto à partir d'un autre port que celui de Porto ;
- 30 [4] Fixation de droits de douane précis selon les catégories de vins identifiées : 25 000 à 30 000 *réis* par *pipa* exportée pour le *vinho de feitoria* ; 19 200 *réis* par *pipa* exportée pour le vin de Porto destiné à être exporté au Brésil ou à l'étranger (dit *vinho de embarque*) ; 3 500 à 15 000 *réis* par *pipa* exportée pour le vin de Porto destiné à être consommé dans les tavernes de Porto et de la vallée du Douro ;
- 31 [5] Monopole de la fabrication et de la distribution de l'eau-de-vie destinée à fortifier le vin de Porto de la *Feitoria Inglesa* ;
- 32 [6] Interdiction du mélange d'autres vins dans l'élaboration du vin de Porto que ceux provenant de la région délimitée par la CGAVAD afin de lier ce vin à son terroir de production ;
- 33 [7] Interdiction des ajouts de sucre, cannelle, poivre, gingembre, miel ou encore baies de sureau au vin de Porto.

III. Le rôle des pouvoirs politiques et de la société dans le façonnement d'un goût anglais en faveur du Porto

A. Goût anglais du Porto vs. goût écossais du Clairet : des goûts / dégoût politique(s) ?

- 34 Le goût peut se définir à deux niveaux : celui du produit, le goût étant alors envisagé comme l'un des cinq sens permettant de renseigner les individus sur les saveurs, arômes et ingrédients composant le produit alimentaire dégusté ; celui de la société et des individus qui renvoie, dans le domaine alimentaire, à l'attrance pour un produit

résultant d'une combinaison complexe entre l'identité, la distinction et l'effet de mode. Lorsqu'il évoque le marché des vins et le goût porté pour tel ou tel type de vin par les consommateurs dans son célèbre ouvrage portant sur la nature et les causes de la richesse des nations, l'économiste écossais Adam Smith insiste ainsi sur la « *fashionableness* » (Smith, 1776, Livre I, Chap. XI), terme qui peut être traduit en français par le fait d'être à la mode. Ce constat peut-il être appliqué au marché du vin de Porto ? Sur quels fondements a reposé cette mode du Porto en Angleterre ? La qualité gustative de la boisson et/ou l'attraction pour cette boisson pour des raisons politiques ? L'analyse croisée des goûts des économistes écossais David Hume et Adam Smith permet d'amorcer la réflexion sur le sujet.

- 35 « Nous avons perdu le marché français pour nos manufactures de laines et transféré le commerce des vins vers l'Espagne et le Portugal, où nous achetons de plus mauvais vins à un prix bien plus élevé » (Hume, 1753, p. 88). Ainsi s'exprime David Hume dans ses *Political Discourses* publiés en 1753, regrettant que « chaque nouvel acre de vignoble planté en France, afin de fournir l'Angleterre en vin, devrait être la condition requise pour que les Français puissent disposer du produit d'un acre anglais semé en blé ou en orge » (*Ibid.*, p. 88), ce qui permettrait aux Anglais d'obtenir des vins de meilleure qualité. Adam Smith, Écossais vivant à Londres au milieu d'Anglais buvant du Porto (Duguid, 2015), avait visiblement lui aussi une nette préférence pour les vins français si l'on se fie au portrait qu'il en fait au sein de son œuvre. Dans l'ouvrage *Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, il insiste en effet sur la grande qualité de ces vins, liée selon lui au fait que le territoire français serait doté d'avantages « naturels », et précise qu'il serait vain de vouloir lutter contre eux, jugeant ainsi déraisonnable l'interdiction d'importation de vin français en Écosse qui pourrait amener à encourager la production de claret bordelais et de vin de bourgogne en territoire écossais (Smith, 1776, Livre IV, Chap. II). Depuis l'Acte d'Union politique de l'Angleterre et de l'Écosse en 1707, les négociants écossais s'étaient en effet vus dans l'obligation de réorienter leurs circuits commerciaux en direction de la péninsule Ibérique. Les préférences de ces deux économistes écossais tenaient-elles uniquement à des préférences gustatives ? L'évocation du seul fait de leur nationalité et la concordance de leurs discours laissent à penser qu'il n'en est rien ou, tout au moins, que leurs préférences pour les vins français ne provenaient pas que de leurs seuls palais. Cette hypothèse est confirmée par les propos de David Hume dans son essai sur les standards du goût, où il indique justement que cette préférence pour le vin français était sans doute davantage mentale que corporelle, l'imaginaire primant ainsi sur le réel (Hume, 1757). Adam Smith, s'il avait eu à analyser ses propres pratiques, aurait lui aussi fort probablement évoqué, à propos de sa préférence pour le vin français, une certaine « saveur, réelle ou imaginaire (...) propre au produit de quelques vignobles » (Smith, 1776, Livre I, Chap. XI).
- 36 La préférence notable de David Hume et d'Adam Smith pour les vins français résulte ainsi bien de leurs origines. Les Écossais ont en effet toujours été en bons termes avec les Français. En affirmant leur volonté de boire un vin différent des Anglais, ils marquaient leur différence tout en affirmant leur identité : *dis-moi ce que tu bois, je te dirai qui tu es*, pour reprendre – de manière anachronique et adaptée – les propos du gastronome français Brillat-Savarin. À l'inverse, les Anglais avaient une préférence d'autant plus marquée pour les vins portugais que leur Royaume était en guerre contre la France. Les goûts des individus anglais et écossais ont ainsi clairement fait l'objet de tentatives d'orientation de la part des pouvoirs politiques selon Adam Smith et on peut

ainsi émettre l'hypothèse du développement d'un marché fondé sur le jugement d'un « goût de société » ⁹normé et façonné par le politique dès le XVIII^e siècle, ce à quoi Adam Smith s'opposait, en bon économiste libéral : « *les restrictions sur le commerce des vins en Grande-Bretagne ne paraissent pas avoir été calculées pour empêcher les gens d'aller au cabaret (...). Elles favorisent les importations en provenance du Portugal et elles découragent celles en provenance de France (...). Un grand marchand recherche ses biens toujours là où ils sont les moins chers et les meilleurs (...)* » (Ibid., Livre IV, Chap. III).

C. Du vin de la « *middle-class* » à l'« *Englishman's Wine* » : le Porto à la conquête de la haute société anglaise

- 37 Au début du XVIII^e siècle, le Porto est surtout une boisson largement répandue dans les tavernes des grandes villes anglaises et non un produit purement aristocratique (Guichard, 1985, p. 13). Bénéficiant de droits d'importation réduits par rapport aux vins français depuis le traité de Methuen, ce vin est en effet rapidement devenu le vin de la *middle-class* (Ludington, 2013). Dans une société où la consommation de sucre augmenta tout au long de ce siècle, il n'est pas étonnant de constater que le Porto, relativement sucré, était apprécié des classes moyennes et ce d'autant plus que ce « vin patriotique » présentait aussi l'avantage de pouvoir être acquis à des prix avantageux. Le fait qu'en 1718, les membres de l'*Ironmongers' Company of London* ont, par exemple, célébré le *Lord Mayor's Day* avec 246 bouteilles de Porto, 36 bouteilles de vin des Canaries et 18 bouteilles de vin Rhénan (Ibid.), illustre de manière éloquente ce constat.
- 38 S'il a relativement rapidement reçu les faveurs de la classe moyenne, le Porto a en revanche mis plus de temps à conquérir la haute société anglaise, qui resta fidèle au claret bordelais jusque dans la seconde moitié du XVIII^e siècle. Ce n'est ainsi qu'en mai 1762 que le maître de cave du Roi de Grande-Bretagne et d'Irlande en achète pour la première fois, George III appréciant plutôt jusque-là le vin rhénan et le claret bordelais. La Cour allait dès lors à l'encontre des codes du royaume en embrassant un symbole de la classe moyenne à une époque où le claret avait encore la préférence de la plupart des aristocrates. Emboîtant le pas de la royauté, les élites anglaises commencèrent à s'orienter progressivement vers la consommation de Porto dès les années 1760 et, à partir de la décennie 1790, on peut considérer que ce vin s'était imposé comme le véritable *Englishman's Wine*. Le célèbre tableau d'Arthur David McCormick, *The Nelson Touch*, représentant le vice-Amiral Nelson préparant la bataille de Trafalgar (1805) en buvant du Porto, est là pour en témoigner.
- 39 La diffusion du Porto au sein des élites anglaises doit beaucoup à l'amélioration de sa qualité à partir de la création de la CGAVAD. En retour, en acceptant de payer très cher les meilleurs crus et d'en acquérir de grandes quantités, la haute société anglaise a non seulement érigé ce vin au rang de produit de qualité mais aussi de luxe, permettant ainsi la pérennisation de la viticulture dans le Nord du Portugal (carte 1). Cette adoption du Porto par la majorité de la haute société anglaise ne peut toutefois totalement se comprendre sans la réinscrire dans le contexte britannique du tournant des XVIII^e-XIX^e siècles, caractérisé par la recherche de nouveaux symboles pour des élites anglaises en quête de réinvention de la culture britannique sur la base du modèle du *gentleman*, anglophone, chrétien, curieux, respectueux des hiérarchies mais aussi viril, comme en atteste la réforme des *Public School* à partir de 1827 et le développement du concept de *Muscular Christianity* à partir des années 1850 (Colley, 1992 ; Dunning,

Malcolm, 2003). Résultant de la perte des colonies américaines et de la crainte du retour sur le trône des Stuart, soutenus par le Royaume de France, nous pouvons poser l'hypothèse que cette réinvention culturelle s'est traduite, dans le domaine de la consommation, par une orientation des élites anglaises en direction de ce vin riche et corsé qu'était alors le Porto. Celui-ci présentait en effet le double avantage de trouver un substitut au claret bordelais tout en permettant aux *gentlemen* anglais d'affirmer leur virilité, ce dont témoignent les propos de l'écrivain anglais Samuel Johnson qui, en évoquant les vins de Bordeaux, nous indique que ces vins sont « *de la bibine ! Le claret est une liqueur pour les gamins, le porto une boisson d'hommes* » (Boswell, 1791, p. 961). Le *gentleman* anglais préférait donc aussi visiblement le Porto par rapport au claret bordelais pour des questions de goût, pour sa puissance due au fait qu'il était fortifié.

Carte 1 : La production de vins d'exportation (*vin de Feitoria*) au sein de la Région Délimitée du Douro en 1770.

[Les limites des *concelhos* et *freguesias* correspondent aux délimitations actuelles].

Sources : Archives de la *Real Companhia Velha*. Adapté de : Martins Pereira, Barros, 2016.

IV. Les Anglais et le Porto, entre traditions et innovations

A. Des pratiques de consommation traditionnelles anglaises au succès mondial des vins de Porto rouges fortifiés à l'eau-de-vie

- 40 À présent que les principales raisons de la diffusion du Porto au sein de la société anglaise ont été établies, il convient de caractériser plus précisément ces « *vins les mieux adaptés au marché anglais* » (Croft, 1788, p.11) que les différents exportateurs

(essentiellement britanniques) s'efforçaient d'obtenir par le biais de divers assemblages au cours des XVIII^e-XIX^e siècles.

- 41 D'après les descriptions de l'historien français Pierre-Jean Grosley, visitant Londres en 1765 en compagnie de son homologue irlandais Thomas Nugent, le Porto présent sur le marché anglais à cette époque « *ne laisse aucun goût dans la bouche et agit sur l'estomac seulement par son poids* » (Grosley, Nugent, 1772, p. 81) en raison de son fort degré d'alcool caractéristique d'un vin muté à l'eau-de-vie. Cet homme de lettres ajoute même que celui qui était bu dans les tavernes serait « *un mélange de jus de navet, de vieilles baies, de bière et d'oxyde de plomb* » (*Ibid.*, p. 82). Malgré le jugement rude émanant de ces descriptions – qui sont, rappelons-le, celles d'un français –, Pierre-Jean Grosley indique néanmoins que les deux seules bonnes bouteilles de vin qu'il ait dégustées lors de son séjour de six semaines en Angleterre étaient, d'une part, une bouteille de Porto importée directement de Lisbonne par un banquier français habitant Londres (ce qui signifie que l'importation avait été frauduleuse) et, d'autre part, une bouteille de Mâcon. En ce qui concerne ce fameux Porto dégusté, il décrit un vin « *pur et naturel* » avec une « *couleur profonde* » et un « *très fort degré alcoolique* » qui aurait ressemblé au meilleur claret bordelais qu'il n'ait jamais goûté (*Ibid.*, p. 82). Cette description est intéressante à double titre : d'une part, elle met en évidence le grand écart qualitatif existant entre les différents vins de Porto circulant sur le marché anglais à la fin du XVIII^e siècle ; d'autre part, elle permet de constater qu'à cette époque le Porto consommé par les Anglais est surtout un vin d'un rouge profond, fortifié à l'eau-de-vie et très riche en alcool. Ces descriptions concordent avec celles de l'écrivain et éditeur anglais Henry Vizetelly qui nous indique avoir apprécié le caractère « *âtre* » d'un Porto *tawny* de 1847 de la *Quinta das Bellas*, située dans les environs de Peso da Régua, tout en déplorant « *sa couleur si pâle* » qui fait « *qu'il n'aurait jamais été pris pour un vin rouge* » (Vizetelly, 1880, p. 108) sur le marché anglais de la fin XIX^e siècle qui appréciait grandement de tels types de vins. Cette préférence pour les vins de Porto rouges ne date cependant pas de la fin du XIX^e siècle : si l'on se réfère aux types de vins consommés en 1722 par les membres de la *Ironmongers' Company of London* lorsqu'ils ont célébré le *Lord Mayor's Day*, on constate que 84% des vins étaient des vins de Porto rouges (Ludington, 2013). Par ailleurs, la caractérisation des pratiques de consommation anglaises de ce vin portugais permet de comprendre ce goût du vin de Porto rouge, fortifié à l'eau-de-vie, qui s'est imposé dans le cadre de la mondialisation viti-vinicole¹⁰. « *L'Angleterre, puissance dominante aux XVIII^e et surtout XIX^e siècles, joue un rôle considérable dans le domaine des vins : elle est une plaque tournante de l'économie vitivinicole, un pays prescripteur de goûts, avec un remarquable effet de construction ou de transformation des territoires du vin* » (Schirmer, 2012, p. 116).

B. Le « bon vin » de Porto, un « bien de croyance » avant le XX^e siècle ?

- 42 Pour Henri Vizetelly, il ne fait aucun doute que le Porto est un très grand vin dès le XIX^e siècle : « *le vin de Porto devait nécessairement être, dans une certaine mesure, une œuvre d'art* » (Vizetelly, 1880, p. 146). Mais qu'est-ce qu'un très grand vin de Porto au XIX^e siècle et, surtout, dans quelle mesure le consommateur anglais des XVIII^e-XIX^e siècles était-il en mesure de reconnaître un bon vin d'un mauvais vin avant même de se poser la question de savoir s'il achetait un vin d'exception ?

- 43 Le bon vin est ce que les économistes appellent un « bien de croyance », un bien pour lequel l'acteur est fortement dépendant de l'expertise et de la bonne foi du vendeur (Wolinsky, 1995). Cependant, « livré à lui-même, le consommateur ne dispose que rarement de la compétence pour séparer les “grands crus” des “bons” vins, les “bons” vins des “moins bons” et les “moins bons” des “mauvais”. L'ignorance domine. » (Karpik, 2007, p. 166-167). Cette remarque du sociologue Lucien Karpik est d'autant plus vraie au XVIII^e siècle (dans une moindre mesure au XIX^e siècle) dans un contexte où les négociants en vin n'étaient pas nécessairement établis de « père en fils » dans la profession, ni même régulièrement présents dans la même activité d'une année à l'autre, par conséquent moins à même de conseiller leurs acheteurs faute d'expérience suffisante. « Il est négociant en maïs cette année, négociant en vin l'an prochain, négociant en sucre, en tabac ou en thé les années suivantes. Il entre dans chaque marché qu'il pense être susceptible d'être rentable et il stoppe son activité quand il constate que ses bénéfices sont revenus au niveau d'autres marchés. » (Smith, 1776, Livre I, Chap. X). Cette caractéristique des opérateurs de marché que sont les négociants du XVIII^e siècle, couplée à l'incertitude élevée des consommateurs face aux produits qu'ils achetaient (auxquels ils « croyaient » certes), fait que les négociants furent très régulièrement pris à partie par les consommateurs londoniens qui se plaignaient du mauvais goût du vin dont ils avaient fait l'acquisition et ce y compris lorsqu'ils étaient eux-mêmes négociants en vin dans leur propre pays. À titre d'exemple, on peut citer la lettre du 6 mai 1793 que la maison *Offley & Co.* a adressée à Thomas Harridge (1740-1827) – magistrat devenu négociant en vin à partir de 1793 – suite à une plainte de ce dernier concernant la qualité du vin qu'il avait reçu :

« Il est presque inutile pour nous de vous faire observer qu'en raison de l'accroissement de la demande (...), les vins ont été expédiés plus jeunes qu'auparavant et qu'ils requièrent donc une garde plus longue. Nous sommes persuadés que le jugement que vous portez est donc prématuré. » (Archives de la maison Sandeman, cité par Duguid, 2015).

- 44 Notre analyse du goût anglais du Porto de la fin du XVIII^e siècle à la fin du XIX^e siècle nous permet néanmoins de mettre en évidence les préférences des consommateurs pour les vins de Porto fortifiés, sucrés, aromatiques et rouges foncés. Les meilleurs d'entre eux pouvaient avoir une bonne capacité de vieillissement en bouteille dès le XVIII^e siècle. L'analyse révèle enfin que les palais anglais qui ont façonné le Porto étaient surtout des palais d'hommes, les femmes étant à cette époque très peu nombreuses à boire du Porto : la Reine Victoria elle-même n'appréciait d'ailleurs guère ce vin (Ludington, 2013).

C. Les soubresauts du marché britannique aux XX^e-XXI^e siècles

- 45 Après avoir été le plus ancien et quasiment l'unique marché mondial du Porto du dernier quart du XVII^e siècle au dernier quart du XVIII^e siècle, le marché de consommation britannique est encore, en 2020, l'un des grands marchés mondiaux de ce vin généreux. Avec près de 88 700 hectolitres commercialisés (13% du volume total), il est en effet le quatrième marché de consommation, le second marché d'exportation en valeur (47 millions d'euros) et le premier marché d'exportation au niveau de la valeur des volumes de catégories spéciales¹¹ commercialisés (36 millions d'euros). Le consommateur britannique montre historiquement une préférence très nette pour les vins de Porto de style *ruby*, toujours d'actualité en 2020 (87% des volumes commercialisés au Royaume-Uni).

- 46 L'excellente situation actuelle de l'historique marché britannique ne doit toutefois pas faire oublier les difficultés auxquelles il a été confronté dans la seconde moitié du XX^e siècle. Si ce marché, dépassé par la France en 1963, est toujours le second importateur de Porto à la fin des années 1960, la commercialisation de Porto en son sein ne cessa de diminuer au cours des années 1960 et ce malgré l'important budget consacré par l'Institut du Vin de Porto (IVP) à sa promotion (essentiellement en Angleterre). Alors que plus de 100 000 hectolitres étaient commercialisés au Royaume-Uni au tout début des années 1950, à la fin des années 1960 c'est à peine plus de 60 000 hectolitres qui le sont, soit une diminution de l'ordre de 40% au cours de la période considérée (1951-1969) dont la caractéristique est d'avoir enregistré de très grandes fluctuations en termes de commercialisation. On est alors loin des volumes commercialisés au début de la Seconde Guerre mondiale ($\approx$ 250 000 hectolitres). Si l'évolution des habitudes de consommation anglaises (diminution de la consommation de *vintage* à la fin des repas et de Porto dans les *pubs* au profit de la bière et de divers alcools, évolution vers une consommation lors d'événements exceptionnels) est assurément un facteur permettant d'expliquer cette diminution des volumes commercialisés sur le marché britannique, il faut aussi souligner que durant ces années le Porto importé en Angleterre fut fortement taxé. Par ailleurs, on ne peut que constater que les maisons de négoce en vin de Porto ne firent pas autant d'efforts financiers que leurs concurrentes pour promouvoir leurs vins, ce qu'illustre le différentiel de budget alloué respectivement à la promotion des vins de Porto et de Jerez à la fin des années 1960 : 162 000 £ contre 820 000 £, soit un budget près de cinq fois plus important en faveur du Jerez. Certaines maisons, à l'instar de *Sandeman*, effectuèrent certes à partir du milieu des années 1960 des tentatives pour introduire la consommation de Porto en apéritif afin de relancer leurs ventes sur le marché britannique en ciblant notamment les jeunes par la proposition d'une consommation sous forme de cocktails mais sans véritable succès.
- 47 Après les fluctuations des années 1970 inhérentes à la période d'instabilité de l'économie mondiale, la bière va s'imposer comme la grande concurrente des vins généreux à partir des années 1980 et ceux-ci vont d'autant plus souffrir de la recrudescence des campagnes anti-alcooliques qu'ils ont un degré d'alcool supérieur aux vins tranquilles (et *a fortiori* supérieur à la bière). Si depuis le début des années 1990, les volumes de Porto commercialisés sur le marché britannique ne sont plus passés sous la barre des 80 000 hectolitres, confirmant une certaine durabilité de la relance de la consommation, les grandes maisons de négoce britanniques redoutent actuellement les conséquences que le « *Brexit* » pourrait avoir sur le commerce du Porto.

Conclusion

- 48 Le succès durable du Porto ne peut, finalement, assurément pas s'expliquer exclusivement par le rôle du terrain, comme nous l'avons démontré dans le cadre de notre analyse, rejoignant ainsi les conclusions de Roger Dion. Le terroir agro-physique du Douro, quoique difficile à mettre en valeur, est certes plutôt propice à la culture de la vigne (écarts thermiques marqués entre les saisons, insolation intense, faible pluviosité, sols schisteux et variété des expositions) et donc potentiellement favorable à la production de vin (une fois maîtrisé le complexe processus de fermentation pour ces vendanges riches en sucre réalisées sous des températures élevées). Par ailleurs, la

viticulture *duriense* était à même de proposer dès la fin du Moyen Âge « aux acheteurs septentrionaux, non certes des vins de table du genre de ceux que La Rochelle et Bordeaux dispensaient déjà largement, mais des vins plus précieux, comme on ne pouvait en récolter que sous le climat permettant la culture de l'olivier » (Dion, 1959, p. 321). Il existe cependant bien d'autres agro-terroirs portugais bercés par un climat permettant la culture de l'olivier et ceux-ci n'ont pas pour autant donné lieu à la production de vins aussi remarquables que le Porto, ni même toujours porté de vignobles. La réussite du Porto tient ainsi bien à une combinaison subtile d'*aléas géopolitiques* (facteurs conjoncturels permettant d'assurer la mise en place du système viti-vinicole ; en l'occurrence ici les conflits entre l'Angleterre et la France de la fin du règne de Louis XIV), de *choix politiques forts* (facteurs structurels permettant de pérenniser le système viti-vinicole venant d'être établi ; la création de la CGAVAD au milieu du XVIII^e siècle en est l'archétype) et de *stratégies d'acteurs à plus grande échelle* (permettant de comprendre le développement et la consolidation de tel ou tel marché ; à titre d'exemple, citons la capacité des producteurs *durienses* à satisfaire les palais anglais en répondant favorablement aux nouvelles instructions des négociants de la *Feitoria Inglesa* dès les années 1750). Et, à chaque étape du développement de ce vin, les Anglais en ont été de grands acteurs.

BIBLIOGRAPHIE

Archives de la maison *Sandeman*, correspondance de la maison *Offley*, 1793

Archives de la *Real Companhia Velha*, 1770

Barros Cardoso A., 2002, « A normalização do comércio de vinhos do Douro (Da « crise » comercial de 1754 à Instituição da Companhia dos Vinhos) », *História. Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, III Série, vol. 3, p. 63-95

Baumert Ph., 2019, *Territoires, paysages et société du vin de Porto. Géographie d'une mondialisation*, Thèse de doctorat en Géographie, Université Bordeaux Montaigne

Boswell J., 1952, *The life of Samuel Johnson*, New-York, Modern Library [1^{ère} éd. : 1791]

Braudel F., 1986, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e-XVIII^e siècles. Tome 2 : Les Jeux de l'échange*, Paris, Armand Colin

Brillat-Savarin J.-A., 1959, *Physiologie du goût ou Médiations de gastronomie transcendante*, Paris, Le club français du livre [1^{ère} éd. : 1825]

Cardoso J. L., Freire Costa L., Gonçalo Monteiro N., 2003, *O Tratado do Methuen*, Lisboa, Livros Horizonte

Colley L., 1992, « Britishness and Otherness », *The Journal of British Studies*, vol. 31, n°4, p. 309-329

Croft J., 1788, *A Treatise on the Wines of Portugal And a Dissertation on the Nature and Use of Wines in General Imported into Great-Britain*, London, Ward for Todd

- Dion R., 2010, *Histoire de la vigne et du vin en France, des origines au XIX^e siècle*, Paris, CNRS Éditions, 2010 [1^{ère} éd. : 1959]
- Duguid P., 2015, « De Londres à Porto : une description du marché international du vin au XVIII^e siècle », *Annales des Mines - Gérer et Comprendre*, n°119, p. 13-21
- Dunning É., Malcolm D., 2003, *Sport. Critical Concepts in Sociology. Volume 3 : Sport and Power Relations*, London, Taylor & Francis
- Enjalbert H., 1953, « Comment naissent les grands crus : Bordeaux, Porto, Cognac », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, n°3-4, p. 315-328, 457-474
- Grosley P. J., Nugent T., 1772, *A tour to London, or, New observations on England and its inhabitants*, London, Royal Society
- Guichard F., Roudié Ph., 1985, *Vins, vigneron et coopérateurs de Bordeaux et de Porto. Études viticoles franco-portugaises. Tome 1*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Maison des Pays Ibériques », CENPA, CERVIN
- Guichard F., 1992, *Porto, la ville dans sa région. Contribution à l'étude de l'organisation de l'espace dans le Portugal du Nord*, Paris, Fondation Calouste Gulbenkian & Centre Culturel Portugais
- Hume D., 1753, *Political Discourses*, Edinburgh
- Hume D., 1757, « Of the Standard of Taste », dans Hume D., *Essays. Moral, Political and Literary*, Indianapolis, p. 226-249
- Karpik L., 2007, *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des Sciences Humaines »
- Ludington C., 2013, *The politics of Wine in Britain : a new cultural history*, Basingstoke, Palgrave Macmillan
- Martins C. A., 1990, *Memória do Vinho do Porto*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais Universidade de Lisboa
- Martins Pereira G., 1997, « Un verre de Porto », dans Martins Pereira G. (dir.), *Autour du Porto*, Paris, ICEP, p. 133-137
- Martins Pereira G., Barros A., 2016, « O vinho do Porto e a Região do Douro na Época Moderna », *Revista Iberoamericana de Viticultura Agroindustria y Ruralidad*, vol. 3, n°8, Santiago de Chile, IDEA-USACH, p. 110-126
- Moreira da Fonseca Á. B., 1949, *As demarcações pombalinas no douro vinhateiro*, Porto, IVP
- Pinto Ferreira J. A., 1960, *O Comércio do Vinho do Porto através da Correspondência de John Whitehead, Cônsul Britânico na mesma Cidade, endereçada a Mr. Warre (1793-1800)*, Porto, Publicações da Câmara Municipal
- Ribeiro da Silva F., 2004, « Os ingleses e as circunstâncias políticas do negocio dos vinhos do Porto e Douro (1756-1800) », *Douro - Estudos & Documentos*, vol. 9, n°18, p. 93-111
- Schirmer R., 2012, « Un nouveau monde des vins », *Pour*, n°215-216, p. 115-121
- Serres (de) O., 2001, *Le Théâtre d'agriculture et mesnage des champs*, Paris, Actes Sud [1^{ère} éd. : 1600]
- Smith A., 1776, *Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, London, Methuen & Co.
- The National Archives, *Wine Cellar Accounts of the Royal Household*, L.S. 13/271, 1761-66
- Vizetelly H., 1880, *Facts about Porto and Madeira*, London, Ward, Lock & Co.

Wolinsky A., 1995, « Competition in a market for credence goods », *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, vol. 151, n°1, p. 117-131

NOTES

1. Les marchands hollandais et hanséatiques s'intéressèrent aussi au XVII^e siècle à la région viticole du Douro mais dans une moindre mesure que les marchands anglais. Plus tardivement, ce vignoble attira aussi l'attention de la bourgeoisie *portuense*, après que celle-ci eut constaté la véritable réussite économique des marchands anglais dans ce secteur (inhérente à leur grande connaissance des marchés internationaux, à la forte demande en vin des îles britanniques mais aussi aux possibilités de commerce offertes par l'Empire britannique), soit à partir du XVIII^e siècle.

2. La guerre d'indépendance menée par le Portugal contre l'Espagne se déroula de 1640 à 1668. Vainqueurs de cette guerre, les Portugais détrônèrent Philippe IV d'Espagne (Philippe III du Portugal) et installèrent sur le trône Jean IV du Portugal. Le Portugal finança essentiellement cette guerre par le biais de son commerce avec le Brésil (sucre) et avec l'Asie (épices). Lors de cette guerre, il reçut notamment le soutien de l'Angleterre et de la France.

3. Lors de la guerre de la Ligue d'Augsbourg (1688-1697) et de la guerre de Succession d'Espagne (1701-1714), la France de Louis XIV avait respectivement pour objectif d'étendre sa domination outre-Rhin et d'installer un monarque français à Madrid. Ces deux conflits l'opposèrent, entre autres puissances, au Royaume d'Angleterre, qui souhaitait éviter une hégémonie française en Europe. Si dans le premier de ces conflits, la France fut défaite et contrainte de reconnaître Guillaume III d'Orange-Nassau comme roi d'Angleterre, d'Écosse et d'Irlande (Guillaume III), dans le second conflit, Louis XIV parvint à installer Philippe d'Anjou sur le trône d'Espagne (Philippe V). Le Portugal, vieil allié de l'Angleterre, mena à ses côtés la guerre de la Ligue d'Augsbourg ainsi que la guerre de Succession d'Espagne.

4. Auparavant, le commerce du vin ne constitue la plupart du temps qu'un des nombreux volets de leurs activités commerciales, souvent dominées par l'activité textile, la morue et les produits issus des colonies (sucre, tabac, épices). William et John Graham, originaires d'Écosse, se fixèrent par exemple au départ à Lisbonne où ils fondèrent à la fin du 18^e siècle une grande maison de négoce commercialisant des produits variés qui devint rapidement l'une des principales du Portugal.

5. Les viticulteurs du Douro reprochaient notamment à la *Feitoria Inglesa* de multiplier les coupages et d'augmenter la quantité d'eau-de-vie afin de faciliter les exportations de vins de Porto. De son côté, la *Feitoria Inglesa* accusait les viticulteurs du Douro de colorer leurs vins en additionnant aux moûts des baies de sureau.

6. Le 23 février 1757, une manifestation eut lieu dans les rues de Porto en faveur de l'abolition de la Compagnie. Preuve s'il en est du contexte tendu de l'époque, William Pitt le Jeune envoya à son homologue portugais une lettre précisant qu'aucun sujet de sa majesté n'y avait participé (Ribeiro da Silva, 2004). La répression fut extrêmement violente, tant à Porto (462 arrestations, 26 condamnations à mort et plus d'une centaine d'exilés) qu'au sein du Douro (multiples condamnations de propriétaires à des peines de prison, à la déportation, confiscations foncières, saisies de vins et de biens).

7. Quand Pombal crée la CGAVAD en 1756, le vin de Porto est le principal produit d'exportation du Portugal, produits coloniaux exclus : c'était donc un produit stratégique à préserver à n'importe quel prix dans le cadre de l'entrée du Portugal dans l'économie marchande. On peut considérer que c'est véritablement à cette époque que le Porto devient un véritable « vin d'État ». Le poids croissant des vins de Porto au sein des exportations du Royaume du Portugal au cours du 18^e siècle allait l'ancrer dans ce statut : en 1789, les exportations de vins de Porto représentaient

en effet 60% des exportations du Portugal, contribuaient à 15% des recettes du commerce extérieur et payait, en quelque sorte, environ 10% des importations (Martins C. A., 1990, p. 87).

8. Pour ceux qui ne se pliaient pas aux règles de la CGAVAD, plusieurs peines étaient possibles allant de la prison à la peine de mort pour les délits les plus importants, en passant par l'exil dans les colonies africaines et la déclassification du vin.

9. « *Le marché des grands vins est ancien, mais le développement fondé sur le jugement de goût n'apparaît que dans l'entre-deux-guerres dans les milieux de la gastronomie et ne prend son véritable essor que dans les années 1970-1980 lorsqu'une critique vinicole, avec ses déclinaisons (journalistes, cavistes, sommeliers des restaurants et des grandes surfaces, courtiers), ses alliés - les producteurs et les consommateurs - et ses dispositifs d'expression publique, entreprend d'élaborer, pour le grand nombre, la médiation entre l'offre et la demande au nom d'une justification centrale : "Vous informer et vous guider dans vos achats."* » (Karpik, 2007, p. 167).

10. En 2020, plus d'un consommateur de Porto sur trois boit des vins de Porto de type *ruby* (37.5%), près d'un sur deux des vins de Porto de type *tawny* (48%) tandis que la consommation des vins de Porto blancs et rosés concerne moins d'un consommateur sur sept (respectivement 13.5% et 1%).

11. Le choix sémantique de la dénomination « catégorie spéciale » s'explique par la volonté de ne pas discriminer les vins de Porto « sans mention particulière », dont certains peuvent se révéler de très bonne facture et être donc fort appréciés par le consommateur en raison d'un bon rapport qualité/prix. Cette dénomination est par ailleurs celle utilisée par l'IVDP. Les vins de Porto spéciaux renvoient aux vins de Porto présentant des indications d'âge ainsi qu'aux vins de Porto *vintage*, *late bottled vintage*, *reserve*, *crusted* et *colheita*.

RÉSUMÉS

Le Porto est un vin généreux portugais, c'est-à-dire un vin muté par adjonction d'eau-de-vie au cours du processus de vinification. Exporté en 2020 dans près d'une centaine de pays, la géographie des exportations de ce vin révèle toutefois une très forte concentration sur les marchés nord-américains et surtout européens. L'objet de cet article est de comprendre pourquoi et comment les Anglais ont développé durablement un réel goût pour le Porto du XVII^e siècle à nos jours et, plus largement, de vérifier l'hypothèse selon laquelle le succès durable de ce vin s'explique par la géopolitique, les choix politiques et les stratégies d'acteurs.

Port wine is a generous Portuguese wine, that is to say a wine transformed by the addition of brandy during the winemaking process. Exported in 2020 to nearly a hundred countries, the geography of this wine's exports nonetheless reveals a very strong concentration on the North American and especially European markets. The purpose of this article is to understand why and how the English have sustainably developed a real taste for Port wine from the XVIIth century to the present day and, more generally, to verify the hypothesis according to which the long-term success of this wine can be explained by geopolitics, political choices and stakeholder strategies.

INDEX

Keywords : England, geopolitics, taste, innovation, market, Porto, tradition

Mots-clés : Angleterre, géopolitique, goût, innovation, marché, Porto, tradition

AUTEUR

PHILIPPE BAUMERT

Professeur d'Histoire-Géographie (Université de Paris, IUT de Paris – Rives de Seine)

143, avenue de Versailles 75016 PARIS / philippe.baumert@u-paris.fr

Docteur en Géographie (Université Bordeaux Maigne)

Chercheur associé aux laboratoires LADYSS-UMR 7533-CNRS et CITCEM