

*terroir
délimité*

origine

L'Appellation Champagne

excellence

renommée

valeurs

tradition

référence

effervescence

siècles

CHAMPAGNE

notoriété

valeurs

*règles de
qualité*

typicité



2 Le parcours de l'Appellation Champagne

Aujourd'hui mondialement connue, l'Appellation Champagne ne s'est pas faite en un jour. Son histoire est vieille de **plusieurs siècles** et riche de multiples péripéties, dans lesquelles ce dossier va vous faire voyager. Tout commence par un **terroir**, tellement particulier qu'il engendra les plus originaux des vins



Sous-sol crayeux



Toile d'Andréa Landini. 1890

grâce au talent d'hommes qui surent en exprimer la délicate **typicité** et la sublimer par **l'effervescence**. L'originalité devint très vite **renommée**, là encore sous l'impulsion de pionniers qui firent connaître ces vins d'exception aux amateurs éclairés du monde entier. Au début du XXe siècle, le Champagne avait déjà

Le parcours de l'Appellation Champagne 3

la force d'un **mythe**. Les Champenois décidèrent de le protéger en fixant une **aire** strictement délimitée et des **règles** communes de production, qui se traduisirent par la reconnaissance de l'**Appellation d'Origine Contrôlée Champagne**.

Depuis, les Vignerons et Maisons de Champagne, unis dans le cadre du Comité Interprofessionnel du Vin de



Vendanges au début du XXe siècle

Carte de l'Atlas de la France Viticole Larmat

Gros plan de bulles de Champagne

Champagne, ne cessent de **développer** cet héritage et de **faire partager** au plus grand nombre les **valeurs** de leur prestigieuse Appellation.

L'Appellation Champagne est ainsi une **référence** pour tous les producteurs et consommateurs qui privilégient l'authenticité, la qualité... et le rêve.



craie

*prise
de mousse*

*vins
des rois*

*le mythe
Champagne*

*esprit
français*

abbayes

assemblage

6 Les origines du mythe Champagne

sommaire

- ① Un terroir historique
- ② Le génie champenois
- ③ La renommée des vins de Champagne

A l'origine de l'Appellation Champagne, il y a le mythe Champagne. Il résulte de la conjonction de trois atouts bien réels.

Tout d'abord l'originalité de son terroir – climat septentrional, sous-sol crayeux et relief de coteaux – qui confère à ses vins une typicité exclusive.

Puis, l'ingéniosité des Champenois qui surent choisir et maîtriser l'effervescence.



Pavage de mosaïque. Fin IIe siècle.



Falaise de craie.

Enfin, le talent dont ils firent preuve pour développer sa renommée mondiale et son statut élitiste.

① Un terroir historique

Grands amateurs de vins, **les Romains** étaient experts dans la culture de la vigne. Ils surent repérer les côtes les plus propices à la vigne, choisir les sols bien drainés, les terrains exposés au soleil, y adapter des cépages résistants à la rigueur du climat.

Les évêques succédèrent aux patriciens romains.

L'archevêque de Reims, ainsi que les grandes abbayes de Hautvillers, Saint-Thierry, Reims – Saint-Remi et Saint-Nicaise – étaient des propriétaires viticoles importants. Les méthodes culturales, les savoir-faire de vinification se forgèrent sur leurs domaines.

Au Moyen Âge, les vins de Champagne présentent naturellement une **effervescence légère et éphémère**, du

Le vignoble médiéval

Vignoble de la Montagne: à proximité de Reims en haute et basse Montagne, autour de l'abbaye de Saint-Thierry; à l'ouest et au sud de Reims autour de Coulommela-Montagne, Sermiers, Taissy et jusqu'à Verzenay.

Vignoble de la Rivière: moins dense dans la vallée de la Marne, le vignoble compte déjà quelques grands noms: Épernay, l'abbaye d'Hautvillers, Ay.

À partir du 13^e siècle, le vignoble se développe sur le sud de la Montagne. Au-delà de la Marne, Cramant, Chouilly et Cuis affirment

ou confirment leur vocation viticole. Le vignoble est également persistant autour de Reims, de Cormicy au nord-ouest à Verzy au sud-ouest, ainsi que dans la vallée de l'Ardre, de Courville jusqu'à Chaumuzy. Enfin, le vignoble est très développé autour de Bar-sur-Aube, aux Riceys et autour de Troyes.



Abbaye d'Hautvillers.

fait de la fermentation incomplète du moût. Rouges très clairs ou blancs, leur identité est déjà bien marquée: **vifs, légers, clairets, peu sucrés**, ils ont la typicité très particulière que leur confère la septentrionalité du vignoble alliée au caractère crayeux du sous-sol. La vigne plantée « **en foule** » requérait de nombreuses tâches qui rythmaient l'année viticole. La taille était déjà considérée comme l'acte fondateur de la viticulture, la serpette le symbole du métier.

8 Les origines du mythe Champagne

② Le génie champenois

L'assemblage

L'assemblage était pratiqué naturellement par les moines, qui pressuraient ensemble **les raisins** de différents cépages et parcelles, livrés par les vignerons en paiement de la dîme.

Certains moines cellériers, comme le célèbre



Scène de vendanges



Dom Pérignon de l'abbaye d'Hautvillers, transformèrent l'assemblage en un **savoir-faire** précis. Ils sélectionnèrent les raisins de provenances différentes pour obtenir des vins mieux équilibrés.

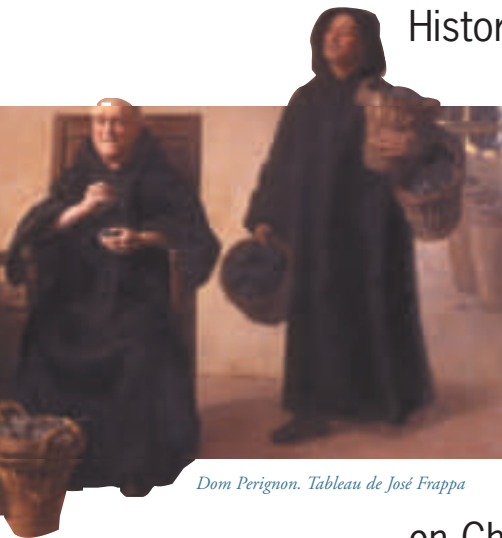
Plus tard, les Maisons de Champagne assemblèrent les **vins** issus de **cépages, de crus et même d'années différentes** dans le but de tirer parti de la diversité du terroir champenois et d'obtenir un résultat supérieur à la somme des qualités de chaque vin.

Les origines du mythe Champagne 9

L'assemblage leur permettait de créer des vins plus harmonieux et surtout de produire des vins typés, **de goût et de qualité suivis**, ce qui était révolutionnaire à une époque où les aléas de la nature étaient très marqués.

Le pressurage en blanc des raisins noirs.

Historiquement, les deux principaux **cépages** présents



Dom Pérignon. Tableau de José Frappa



Détails d'enluminures. XV^e siècle



en Champagne étaient le gouais, qui dominait dans la Montagne et produisait des vins rouges, et le **fromenteau**, aux grains clairs d'un gris rosé, qui produisait des **vins blancs** limpides et dominait dans la Rivière.

Ces vins blancs, tirés de la première cuvée pour éviter de colorer le vin, étaient réputés « **clers, fremians, fors, fins, frès, sur langue frians*** » et donc déjà appréciés pour leur péttillement naturel.

* Watriquet de Couvin –
« Dit des trois dames de
Paris » – 1320

10 Les origines du mythe Champagne

Les vins d'Äy

étaient « clerets et fauvelets, subtils, délicats et d'un goût fort agréable au palais ».*

Ils étaient tirés du fromenteau mais étaient à robe fauve de vin paillet, de couleur pelure d'oignon.

**La Maison Rustique* – 1583.

À partir du XIV^e siècle, les goûts de la clientèle se tournèrent vers des vins blancs plus chargés en couleur ou des vins rouges pâles et légers, les clairets.

La vogue plaça alors à l'avant-plan un cru de la vallée de la Marne, **Äy**, qui devint provisoirement la dénomination de tous les vins de la Rivière.

Au milieu du XVI^e siècle, le succès s'étend aux vins de toute la Champagne. Pour parfaire encore leurs



Étiquette ancienne



Page de couverture de *La Nouvelle Maison Rustique*



Flacon ancien.

vins, les vigneronns de la Rivière commencent à produire un « vin gris » à partir d'un nouveau cépage de meilleure qualité, le **pinot noir**. On le vendangeait une demi-heure après le lever du soleil jusqu'à 9h ou 10h. Puis, on le pressurait lentement sans tacher le jus de première pression pour obtenir un **vin très blanc**, qui avait beaucoup d'éclat et une longue durée de garde.

Le Champagne mousseux

Le mythe Champagne va prendre son envol avec le troisième coup de génie des Champenois, **la maîtrise de l'effervescence.**

À l'origine, il aurait existé une vinification locale en mousseux, la « tocané » d'Aÿ. C'était un vin fermenté traditionnel dont l'acidité était redoutable, mais qui connut un réel succès vers 1675.



Le phénomène de l'effervescence

Du fait du climat septentrional, les vendanges étaient tardives en Champagne et la fermentation des moûts mis en

tonneaux était interrompue par le froid de l'hiver. Au printemps, la fermentation reprenait avec la remontée des températures mais la majorité du gaz s'échappait des tonneaux. À la fin du XVIIe siècle,

les Champenois mirent leurs vins en **bouteilles** pour mieux les conserver et les transporter. L'effervescence naturelle fut ainsi préservée et progressivement maîtrisée.

Délicatesse de l'effervescence

Cet engouement aurait conduit un nombre croissant de Maisons à traiter une partie de leurs vins en **mousseux**, sans savoir vraiment à cette époque comment provoquer puis conduire la montée en mousse.

On fait alors l'expérience que le vin mousse lorsqu'il est mis **en flacons** depuis la récolte jusqu'au mois de mai. Durant une période de transition qui dure jusqu'aux années 1730, « le moussage » est encore mal maîtrisé

12 Les origines du mythe Champagne

et réservé à des vins acides, des blancs de blancs dont la fermentation naturelle était beaucoup plus marquée. Puis, à force d'observation, on découvrit qu'on pouvait aussi faire **mousser les vins gris**, en les tirant en bouteilles à la première lune du mois de mars qui suivait la récolte.



Florens Louis Heidsieck,
fondateur de la Maison Heidsieck & Co



Nicolas Ruinart,
fondateur de la Maison Ruinart

Les premières Maisons

Les premiers **marchands de vin** sont établis à Reims, Épernay et Ay. Les plus connus sont Bertin du Rocheret, Chertemps, Drouin de la Vieville, Geoffroy, Gosset et de Partelaine. Des Maisons de Champagne se créent au **XVIII^e siècle** avec pour activité principale l'élaboration du vin effervescent.

En effet, la demande pour le Champagne effervescent est croissante, mais son **élaboration délicate** requiert un véritable savoir-faire et des moyens notables : pressurage sélectif, assemblage de crus et cépages, prise de mousse délicate, sélection de bouteilles solides et de bouchons efficaces, long vieillissement, expéditions lointaines, etc.

La première Maison de Champagne, Ruinart, est créée en 1729, puis d'autres suivent : Chanoine en 1730, Fourneaux en 1734, Moët en 1743, Vander-Veken en 1757, Delamotte en 1760, Dubois en 1765, Veuve Clicquot en 1772, Heidsieck en 1785, Jacquesson en 1798.



Claude Moët, fondateur de la Maison Moët

Cette effervescence des premiers temps, non maîtrisée, était très variable et occasionnait de nombreuses pertes. Il fallut créer des bouteilles en **verre plus épais**, capables de résister à de fortes pressions. Puis, remplacer les broquelets de bois par des **bouchons de liège** pour éviter les pertes de pression ou de vin. Et depuis 1730, la recherche visant à l'amélioration de la prise de mousse n'a pas cessé.

③ La renommée des vins de Champagne

Parce que le Royaume de France naît à Reims avec le baptême de Clovis, le vin de Champagne va d'abord se trouver étroitement associé au roi et à la noblesse, devenir le vin des sacres et le « **vin des rois** ».

Lorsque les vins de Champagne deviennent

Rencontre de Napoléon et de Jean-Remy Moët - 1807



Le baptême de Clovis à Reims



Madame de Pompadour



Alexandre I^{er} Tsar de Russie



Voltaire

« De ce vin frais,
l'écume pétillante,
De nos Français est
l'image brillante. »

effervescents, à la fin du XVIII^e siècle, ils remportent un **succès immédiat** auprès des têtes couronnées, des nobles et des gens fortunés.

Dès le début du XIX^e siècle, les Maisons entreprennent de faire connaître le Champagne **dans le monde entier**, auprès de l'élite aristocratique. Leurs voyages sont de véritables aventures, périlleuses parfois, qui les mènent en Russie, aux États-Unis... Le Champagne représente

14 Les origines du mythe Champagne

la culture française, les idées libérales, **l'esprit français**. Tout au long du XIXe, avec la prospérité et le développement des fêtes, son rayonnement s'amplifie auprès de nouveaux publics, toujours très **élitistes**. Le Champagne **est le vin de la gaieté et de la fête**. Et le mythe ne se démentira pas au début du XXe siècle, avec la Belle Époque, l'âge d'or du Champagne, puis les Années Folles.



Étiquettes anciennes

L'histoire du nom Champagne

À la fin du VIe siècle, « **Campania remensis** » (campagne rémoise) est la première désignation de la province.

Du Xe au XIIe siècle, le nord de la province s'articule autour des cités épiscopales alors qu'au sud, le **Comté de**

Champagne fédère plusieurs Comtés avant d'être absorbé fin XIIIe par le domaine royal. Aux XIIIe et XIVe, les noms des vins étaient « Vins de Rivière et de Montagne ». Puis on passe aux noms de crus : vins d'Aÿ, de Sillery, etc, qui perdurent jusqu'à la fin du XIXe siècle. L'expression « **vin de Champagne** » commence

à être employée vers 1600 (au Moyen Âge on l'appelait « vin de France ») pour indiquer la provenance des vins. Puis apparaît enfin sur les étiquettes en accompagnement des noms de crus et des patronymes des élaborateurs. Le terme « **mousseux** » est lui aussi très souvent présent. Progressivement le nom

« **Champagne** » s'affirme comme l'élément commun d'identification et de reconnaissance. Les Champenois le revendiquent officiellement à partir de **1911**, date où la loi impose de le mentionner sur tous les documents d'identification des vins (étiquette, bouchon...).

Les origines et le mythe Champagne 15

Les prémisses de la reconnaissance de l'Appellation

Le succès du vin de Champagne fait surgir des imitateurs et usurpateurs.

1843. Un groupe de Maisons de Champagne fait condamner des Tourangeaux qui apposaient les noms d'Aÿ et Verzy sur

le bouchon de leur vin et le vendaient comme Champagne.

1882. Les Maisons se rassemblent au sein du **Syndicat du Commerce des Vins de Champagne**

1885. Le Syndicat attaque un négociant de Saumur qui utilise les noms Aÿ, Sillery et Champagne.

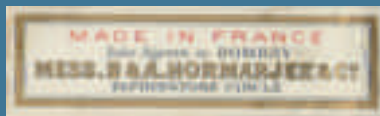
1887. La Cour d'Angers donne raison aux

Champenois : « Le mot Champagne est indicatif à la fois du lieu de production et de fabrication de certains vins spécialement connus sous cette qualification et non d'autres ».

Quelques mois plus tard, la Cour d'Angers confirme son arrêt de façon plus explicite : « On ne peut entendre par Champagne ou Vins de Champagne

qu'un vin tout à la fois récolté et fabriqué en Champagne, ancienne province de France, géographiquement déterminée et dont les limites ne sauraient être étendues ni restreintes ».

1889. Confirmation de ces arrêts par la Cour de Cassation.



Ainsi, à l'aube du XXe siècle, le mythe Champagne est déjà extraordinairement puissant : sa notoriété est mondiale et il est par excellence le vin de la célébration. L'identité Champagne est constituée. Le nom Champagne va bientôt fédérer tous les vins de la province et fait déjà l'objet d'une première reconnaissance par les tribunaux.

DÉLIMITATION DE LA CHAMPAGNE VITICOLE

(Application de la loi du 22 juillet 1927)

AOC

PROCÈS-VERBAL

des décisions de la Commission interdépartementale, concernant la commune de EPERNAY canton de EPERNAY arrondissement de EPERNAY

patrimoine

Les membres de la Commission interdépartementale, prévue à l'art. 6 de la loi du 20 juillet 1927, se sont réunis le 14 AVRIL 32 à Châlons-sur-Marne, à la direction des services agricoles sur la convocation de M. le Préfet de la Marne.

loi de 1927

Étaient présents :

- 1. CHEG, Gaston
- 2. ROBERT AMAND
- 3. BARRE Ch.
- 4. LEBRUN Directeur des services agricoles
- 5. Secrétaire Rapporteur.
- 6.
- 7.
- 8.

conditions

de production

Excusés MM. : FANDEUX E. - PHILBERT - BLOT

délimitation

La Commission, après avoir examiné le procès-verbal de la Commission interdépartementale, en date du Jeu di 30 août 1928. et les conclusions de M. le Préfet de la Marne, consignées dans une note écrite en date du Néant désigne comme rentrant dans les catégories visées par la loi, les parcelles portées sur les pages 30. ci-jointes.

Fait à Châlons, le 14 AVRIL 32.

Le Président,

Les Membres

18 La consécration de l'Appellation Champagne

sommaire

- ① Le nouveau départ du vignoble
- ② La délimitation
- ③ Les règles de qualité

Au tournant du siècle, phylloxéra et première guerre mondiale détruisent la majeure partie du vignoble et les Champenois vont replanter en prenant conscience de l'existence d'un patrimoine collectif à protéger. Le terroir va ainsi être délimité par une loi et les usages codifiés. Puis, la reconnaissance de l'Appellation d'Origine Contrôlée Champagne vient consacrer en 1936 un processus de plusieurs siècles.

Sulfateuse expérimentale, début XXe siècle



Localisation d'une atteinte phylloxérique



Épandage, début XXe siècle

① Le nouveau départ du vignoble

Jusqu'à la fin du XIXe siècle, le vignoble était très vaste et atteignait plus de 60 000 hectares. Le phylloxéra efface tout! Pour faire face au fléau, les Vignerons et les Maisons importantes, qui possèdent elles aussi des vignes, fondent en 1898 l'AVC, **Association Viticole Champenoise**.

La consécration de l'Appellation Champagne 19

Son but est de lutter contre le phylloxéra, d'aider à la reconstitution du vignoble, de mener des études et expériences et, enfin, de former les vignerons à toutes les nouvelles pratiques.

L'AVC prenant rapidement conscience que la seule solution réside dans l'arrachage des vignes malades et la **replantation de vignes greffées**, les vignerons champenois en profitent pour ouvrir la porte au progrès. La vigne en foule



Sélection de porte-greffes, début XXe siècle



Traitement contre les maladies, début XXe siècle

est remplacée par de la **vigne palissée**, ce qui implique une densité différente – elle passe de 40 000 pieds à environ 9 000 pieds à l'hectare – et un nouveau mode de taille, l'adoption de nouvelles techniques de palissage, rognage, etc.

Les Champenois ne replantent que sur les meilleurs terroirs. En 1919, le vignoble ne représente plus que **12 000 hectares**.

20 La consécration de l'Appellation Champagne

② La délimitation

Grâce aux premiers procès intentés par les Maisons de Champagne, le nom Champagne ne pouvait s'appliquer qu'aux **vins récoltés et manipulés en Champagne**.

Encore fallait-il savoir ce qu'il convenait d'entendre par la Champagne et quelles en étaient les **limites exactes**.

D'autant qu'à l'époque, quelques nouveaux élaborateurs peu scrupuleux importaient des vins d'autres vignobles.



Alphonse Perrin et Gaston Poittevin

Naissance du syndicalisme viticole

À partir des 31 premiers syndicats de vignerons, la Fédération des Syndicats de la Champagne naquit le 21 août 1904 sous



l'impulsion d'Edmond Bin, son premier Président et de ses deux premiers Secrétaires, Gaston Poittevin et Alphonse Perrin. De très nombreux syndicats locaux se formèrent ensuite pour

venir grossir les rangs de la Fédération qui, en 1914, comptait 121 syndicats et représentait la majorité des vignerons, soit plus de 10 000 membres.

En 1919, la Fédération se transforma en « Syndicat Général des Vignerons de la Champagne délimitée ».

Edmond Bin, premier président fondateur du SGV

Pour mettre fin à ces pratiques frauduleuses, les vignerons, structurés en Fédération de syndicats depuis 1904, réclamèrent la **délimitation** de la Champagne viticole.

La loi du 22 juillet 1927 fixa la délimitation de la Champagne viticole. Le critère retenu pour le droit à l'Appellation fut **l'antériorité viticole** des terrains.

La consécration de l'Appellation Champagne 21

L'antériorité consistait à être planté en vignes à la date de publication de la loi ou avant l'invasion phylloxérique. Pour délimiter, il fut demandé à chaque commune qui le désirait d'établir la liste des **parcelles** pouvant revendiquer l'Appellation Champagne.



21 août 1904. Les créateurs de la Fédération des Syndicats de la Champagne

Les deux aires délimitées

L'aire géographique, territoire au sein duquel doivent être réalisées toutes les étapes de l'élaboration du produit dans le respect des usages et des règles de production définies par la loi.

L'aire de production ou « délimitation parcellaire », limitée dans les communes de l'aire géographique aux seuls terrains plantés en vignes en 1927 ou avant l'invasion phylloxérique.

si des faiblesses se révélèrent au cours des années qui suivirent.

Une commission interdépartementale devait ensuite statuer sur ces listes. Cette méthode eut le mérite de permettre l'établissement d'une délimitation qui fit **consensus**, même

22 La consécration de l'Appellation Champagne

Les péripéties de la délimitation

La première délimitation proposée par le **décret du 17 décembre 1908** ne donna pas satisfaction.

D'une part, elle fut jugée inique par les Auboisiens qui en étaient exclus.

D'autre part, faute d'une législation, elle ne permettait pas de condamner ceux qui ne la respectaient pas.

Elle entraîna donc un mécontentement général, accentué par les très faibles vendanges de 1910, qui amena les vignerons à se révolter en **janvier 1911**.

Afin de faire respecter cette délimitation, les vignerons marnais demandèrent au Ministère de l'Agriculture, en accord avec le Syndicat du Commerce des Vins de Champagne, le vote de mesures de protection : locaux distincts, emploi obligatoire du mot Champagne sur les bouteilles, bouchons, factures... et l'obtinrent avec la **loi du 10 février 1911**.

Cependant les Auboisiens continuaient à lutter pour faire partie de la délimitation et une nouvelle **loi du 6 mai 1919** leur en ouvrit la perspective. Les Marnais contestèrent les revendications auboisiennes au cours d'une longue **série de procès**, qui ne se termina qu'en 1925, lorsque les vignerons demandèrent au Gouvernement d'être l'arbitre final de leur délimitation.



Manifestations de vignerons. Janvier 1911

③ Les règles de qualité

La première des règles de qualité fut fixée dans la loi de 1927. Elle n'autorisait que les **cépages traditionnels** de Champagne – à savoir les différentes variétés de pinot – pinot noir, pinot meunier et chardonnay – et deux anciens cépages, l'arbanne et le petit meslier.

La consécration de l'Appellation Champagne 23

Mais le vrai combat pour l'exigence de qualité s'intensifia des années 1931 à 1935, après les **crises** de surproduction et de mévente, qui provoquèrent l'effondrement des prix du raisin.

À leur demande, les Champenois obtinrent alors un décret spécial le 30 septembre 1935, qui fixa des **règles de qualité** complémentaires –

rendement à la vendange,



Pinot noir



Pinot meunier



Chardonnay

degré alcoolique minimum, rendement au pressurage – et créa la Commission de Châlons pour contrôler leur application. D'autres vignobles vivant la même crise, les Associations Viticoles de France demandèrent au **Gouvernement** de les soutenir pour fixer les normes de certaines Appellations, les propager, contrôler

24 La consécration de l'Appellation Champagne

la production et sévir contre les fraudes.

C'est ainsi que naquit, le 30 juillet 1935, la notion

d'Appellation d'Origine Contrôlée et le Comité

La définition de l'Appellation d'Origine (Loi de 1919)

« On entend par Appellation d'Origine, la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité, servant à désigner un produit qui en est originaire et dont

la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains ».



Les atouts de l'AOC (Congrès INAO)

« Une AOC résulte ainsi de **la fusion** entre le milieu naturel et le talent des hommes. C'est de cette fusion que va naître un produit AOC, au **caractère unique**, irremplaçable, un produit qui ne se positionnera

jamais sur le marché en concurrence mais en complémentarité, du fait de sa différence. Un produit AOC a donc une forte identité et une typicité qui lui confèrent une **valeur ajoutée** ».

La consécration de l'Appellation Champagne 25

National des Appellations d'Origine (devenu ensuite INAO).
Le **29 juin 1936**, le Champagne devint Appellation
d'Origine Contrôlée et l'ensemble des règles que s'étaient

L'étiquette de Champagne

Compte tenu
de l'antériorité et de
l'unicité de l'Appellation
Champagne, l'usage
le plus courant est de ne
pas faire figurer la men-
tion AOC sur l'étiquette
de Champagne.



imposées les
Champenois dans
les lois et décrets
de 1919, 1927 et
1935 fut entériné.



Assemblée de l'AVC réunissant Vignerons et Maisons de Champagne

**Bien avant la création des AOC, les Champenois
cherchèrent à codifier et à protéger leur
Appellation (décision judiciaire de 1887, loi de
1911, délimitation de 1927 et décret-loi de 1935).
Avec la constitution de l'AOC Champagne, un nou-
veau pas est franchi. Désormais, le Champagne
devient patrimoine national et les Champenois vont
être soutenus par l'INAO pour faire respecter
et défendre leur identité collective.**

*patrimoine
commun*

progrès

excellence

CIVC

défense

*Appellation
notoire*

28 L'exigence des Champenois pour leur Appellation

sommaire

- ① L'organisation interprofessionnelle
- ② Les révisions de la délimitation
- ③ Le renforcement de la qualité
- ④ La défense de l'Appellation Champagne

La concertation entre Vignerons et Maisons, qui s'était concrétisée au début du siècle, s'institutionnalise dans les années 1940 avec la création du Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne. Les deux familles vont ainsi gérer de concert l'Appellation Champagne, parfaire sa délimitation, renforcer ses règles et la défendre contre toute usurpation, avec le concours de l'INAO.

Les missions du CIVC

Les missions qui lui furent notamment fixées à sa création :

- Favoriser le développement économique du marché.
- Assurer le respect des usages loyaux et constants et le maintien de la qualité.
- Réguler le marché des raisins et prendre

des mesures pour lutter contre la pénurie ou la surproduction.

Au fil des années, les missions du CIVC ont évolué pour se recentrer sur les domaines suivants :

- La recherche appliquée

et le conseil technique en matière viticole et œnologique.

- La communication institutionnelle.
- La protection et la valorisation de l'Appellation dans le monde.

① L'organisation interprofessionnelle

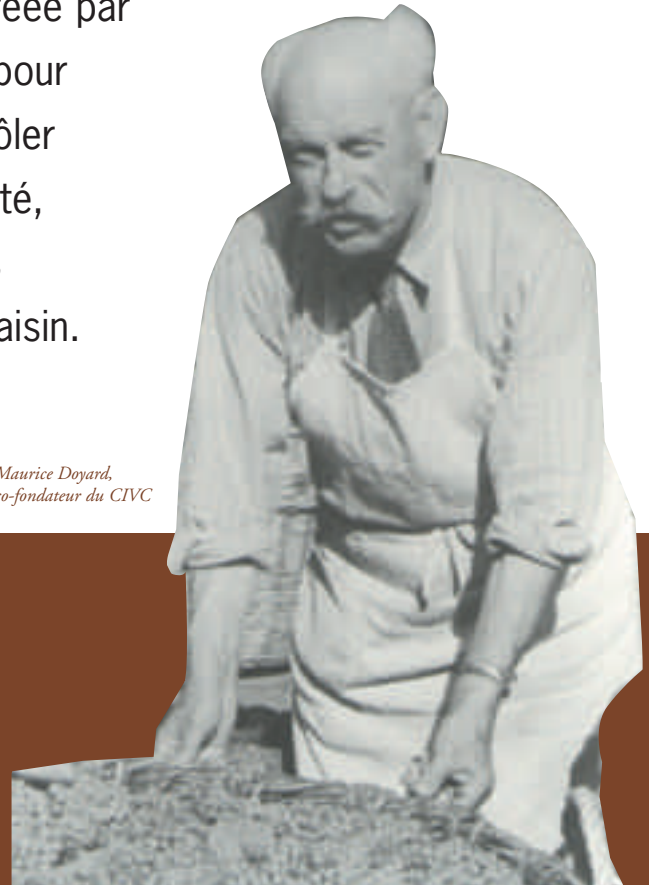
À la suite de la crise que connut le marché du Champagne dans les années 1930, les Champenois jugèrent nécessaire d'établir une certaine **codification des relations** entre Vignerons et Maisons.

L'exigence des Champenois pour leur Appellation 29

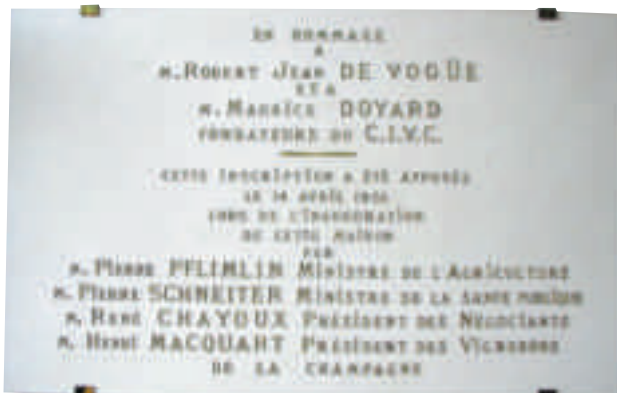
La première institution interprofessionnelle fut la Commission de Châlons, créée par le décret de 1935. Elle avait pour missions, d'une part de contrôler le respect des règles de qualité, d'autre part d'intervenir dans la fixation du prix du raisin.



*Robert-Jean de Vogüé,
co-fondateur du CIVC*



*Maurice Doyard,
co-fondateur du CIVC*



La nécessité d'une organisation interprofessionnelle plus poussée s'étant fait sentir, le **Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne** fut créé en 1941.

30 L'exigence des Champenois pour leur Appellation

② Les révisions de la délimitation

Lors de la loi de 1927, les commissions communales établirent la liste des parcelles pouvant revendiquer l'Appellation Champagne en fonction du critère d'antériorité viticole. En 1936, la Commission interdépartementale termina ses travaux d'arbitrage et **399 communes** furent classées.



Parcelles du vignoble de Champagne. Détail d'une carte de l'Atlas Larmat de la France Viticole

Il apparut assez vite que les listes de parcelles comportaient des erreurs ou des omissions. À partir de 1946, l'INAO fut saisi par les vignerons de demandes de **révisions**.

Les révisions se firent jusqu'en 1974 sur la base du critère d'antériorité viticole. Par la suite, les Champenois virent la nécessité d'ajouter au critère d'antériorité des **critères techniques**. La loi du 16 novembre 1984

donna à l'INAO le pouvoir d'introduire ces nouveaux critères dans ses procédures de révision.

Aujourd'hui, **317 communes** sont classées et le chantier des révisions touche à sa fin.

③ Le renforcement de la qualité



Le processus suivi pour l'agrément des centres de pressurage

- 1986. Réflexion interprofessionnelle.
- 1987. Définition d'un cahier des charges.

- 1988-1989. Visite de plus de 2000 centres de pressurage
- 1990. Sollicitation de l'INAO.
- 1991. Décret du 10 septembre rendant obligatoire l'agrément des centres de pressurage.

L'initiative d'améliorer et de renforcer sans cesse les contraintes qualitatives appartient aux Champenois.

Toutes les propositions faites à l'INAO font l'objet d'un **consensus** préalable entre Vignerons et Maisons.

Dans certains cas, des actions d'information et d'incitation sont entreprises par des **commissions** composées de professionnels et de techniciens du CIVC. Ainsi, les décisions prises peuvent être mieux comprises et mises en œuvre par l'ensemble des Champenois.

32 L'exigence des Champenois pour leur Appellation

Entre les premières règles de qualité et aujourd'hui, des **progrès** majeurs ont été accomplis à tous les stades du cycle de l'élaboration, par exemple pour l'organisation des vendanges.

Les dates de vendanges

Auparavant le « ban » des vendanges donnait le signal de départ des vendanges à l'ensemble des vignerons champenois.

En 1970, il fut décidé de déterminer des dates de vendanges en fonction de la **maturité optimale** des raisins. L'AVC constitua un réseau d'observation comptant 440 parcelles témoin. Depuis des dates

spécifiques sont décidées pour **chaque cru et chaque cépage**.



Les vendanges



La taille

Les autres progrès concernent notamment la sélection du matériel végétal, l'amélioration de la qualité des moûts au pressurage, l'affinement de la méthode de fermentation et le vieillissement sur lies.

Les règles de production font l'objet d'un suivi par l'INAO et le CIVC, qui organisent un **contrôle** par échantillonnage à chaque stade du processus.

L'exigence des Champenois pour leur Appellation 33

L'agrément, délivré par l'INAO, certifie que chaque vin en cours d'élaboration présente les caractéristiques et la typicité de l'Appellation.

En 2001, la Profession a complété ce dispositif par la mise en place du **suivi aval de la qualité**, effectué par un collège de 100 dégustateurs à partir de bouteilles prélevées dans les circuits de commercialisation.



Le vieillissement

Chronologie des principales règles de qualité

- **1935.** Rendement à la vendange, degré alcoolique minimum, fractionnement et rendement au pressurage, durée minimale de vieillissement en bouteilles de 12 mois.
- **1938.** Réglementation de la taille de la vigne.
- **1952.** Réglementation de l'utilisation du millésime (100% de raisins de l'année et 3 ans de vieillissement minimum en bouteilles à partir de la vendange).
- **1978.** Hauteur, espacements et densité des plantations (densité importante de 8 à 9000 pieds/ha entraînant une faible charge de raisins par pied, garantie d'une qualité optimale), mode de conduite et système de taille.
- **1984.** Interdiction de tirer les vins en bouteilles avant le 1^{er} janvier suivant la récolte.
- **1991.** Agrément obligatoire des centres de pressurage.
- **1993.** Rendement au pressurage de 160 kilos pour 102 litres (au lieu de 150 kilos auparavant).
- **1997.** Durée minimale de vieillissement en bouteilles allongée de 12 à 15 mois pour les vins non millésimés et 3 ans pour les millésimes, à partir du tirage.

34 L'exigence des Champenois pour leur Appellation

④ La défense de l'Appellation Champagne

La notoriété et le prestige de l'Appellation Champagne suscitent bien des convoitises qui se traduisent chaque année par des centaines d'**usurpations**.

Or, contrairement aux marques aisément duplicables, l'Appellation Champagne est **l'unique patrimoine** commun aux professionnels champenois et sa



« Champagne Brus »



« Kola Champagne »



« Dentifrice Champagne »

défense est pour eux une nécessité vitale.

Le devoir des Vignerons et Maisons de Champagne est aussi de **protéger les consommateurs** contre tous les vins, boissons ou produits qui usurperaient la notoriété ou la garantie d'origine et de qualité de l'Appellation Champagne. Le CIVC et l'INAO ont donc entrepris de combattre **systematiquement** sur le terrain juridique tous ceux qui détournent la notoriété et l'identité de l'Appellation Champagne.

L'exigence des Champenois pour leur Appellation 35

En 1960, la condamnation par la Haute Cour d'Angleterre du « Spanish champagne », un vin mousseux distribué en Grande-Bretagne, permet de protéger l'Appellation dans le domaine du **vin** pour les pays de droit anglais et sert de référence pour d'autres pays comme l'Espagne. Dans un deuxième temps, la défense s'étendit à la concurrence indirecte des **boissons sans alcool** et obtint la condamnation des fraudeurs.



Les cas « Perrier » et « Elderflower »

Le premier cas fut celui de l'eau minérale « Perrier », qui exploitait en Allemagne la notoriété du Champagne avec son slogan publicitaire : « Le champagne des eaux minérales ».

Contrefaçon « Elderflower Champagne »

Plus récemment en Grande-Bretagne, une **boisson gazeuse au sureau**, (Elderflower), fit figurer la mention « Elderflower Champagne » sur son étiquette en utilisant une forme de bouteille champenoise.



Biscuits « Champagne » de Cantreau

Mais la **notoriété** du nom Champagne est telle qu'elle fut usurpée par des produits entièrement étrangers à l'univers des vins ou des boissons, comme la cigarette nommée « Champagne » par la SEITA. Il fallut trois longues années au CIVC pour obtenir le retrait de cette marque, mais ce combat permit à l'INAO de faire voter la très importante loi du 2 juillet 1990, qui protège désormais la **notoriété** attachée à une Appellation d'origine.

36 L'exigence des Champenois pour leur Appellation

Grâce à cette loi, le CIVC et l'INAO gagnèrent le procès contre Yves Saint Laurent qui avait lancé dans plusieurs pays un parfum « Champagne ».

À l'issue de ce procès, en 1993, la Cour d'Appel de Paris confirma **l'exclusivité** de l'Appellation Champagne aux Champenois.



*Usurpation
parfum « Champagne »
d'Yves Saint Laurent*



*Usurpation
cigarettes « Champagne »
par la Seita*

Extrait de

la loi du 2 juillet 1990

« Le nom géographique qui constitue l'Appellation d'origine ou toute autre

mention l'évoquant ne peuvent être employés pour aucun produit similaire ni pour aucun autre produit ou service lorsque cette utilisation est susceptible de **détourner ou d'affaiblir** la notoriété de l'Appellation

Les procès significatifs remportés par l'Appellation Champagne

Concurrence directe :

- 1960. Procès du « Spanish Champagne » à Londres.

- 1972. Accord du Japon de non utilisation de l'Appellation Champagne.
- 1973. Accord bilatéral franco-espagnol de protection réciproque.
- 1974. Procès du « Champagne canadien » au Québec.

Concurrence indirecte :

- 1987. Procès de la marque Perrier en Allemagne.
 - 1994. Procès de la boisson « Elderflower Champagne » en Grande-Bretagne.
- #### Usurpation de notoriété :
- 1984. Procès de la cigarette « Champagne » en France.

- 1990. Procès du

- « Schaumpagner Paris-Night » en Suisse.
- 1993. Procès du parfum « Champagne de Yves Saint Laurent » en France.
- 2002. Procès du yaourt « Arla au goût de Champagne » en Suède.

L'exigence des Champenois pour leur Appellation **37**

Parallèlement le CIVC et l'INAO favorisèrent la mise en place **d'accords de protection réciproques entre pays**. De très nombreux pays ont ainsi passé des accords de protection, sous l'impulsion notamment de l'Union Européenne.

Aujourd'hui, dans le cadre de l'Organisation Mondiale du Commerce, l'enjeu est d'aboutir à une **protection multilatérale** entre tous les États membres.



Les principaux accords multilatéraux

- 1891. Arrangement de Madrid (à l'origine : Brésil, Espagne, France, Portugal, République Tchèque, Suisse, Tunisie).
- 1958. Arrangement de

Lisbonne : 16 pays concernés à l'origine.

- 1994. Accords de Marrakech ADPIC/TRIPS (Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce) : 130 États membres de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC).

Depuis la création de l'AOC Champagne en 1935, les Vignerons et Maisons de Champagne n'ont cessé de s'organiser et d'anticiper dans le cadre de leur interprofession pour gérer leur expansion en renforçant leur qualité et leur renommée. L'Appellation Champagne est ainsi de mieux en mieux protégée contre les usurpations externes, du fait de son statut d'Appellation notoire.

origine

*viticulture
raisonnée*

référence

*développement
durable*

*choix
de société*

40 Les perspectives de la référence Champagne

sommaire

- ① La préservation du terroir
- ② L'impératif de l'excellence
- ③ L'universalisation de la renommée
- ④ L'avenir de la notion d'origine géographique

‘Appellation Champagne doit rester un concept moderne si elle veut se perpétuer.

C'est pourquoi les Champenois réfléchissent et agissent en permanence pour que les promesses de terroir, de qualité et de renommée restent vivantes dans un marché mondial très compétitif, mais de plus en plus sensible à la notion d'origine.



Préservation des coccinelles (prédatrices d'acariens)

L'attitude raisonnée

D'abord l'observation et la prise d'information. Puis, le raisonnement pour déterminer l'utilité et l'intensité d'une action de protection et de production. Enfin, et seulement si nécessaire, l'intervention proportionnée.

① La préservation du terroir

Une nouvelle révolution est en cours en Champagne avec la mise en place de la **viticulture raisonnée**.

Il ne s'agit pas cette fois d'une nouvelle règle à respecter, mais de tout un état d'esprit vis-à-vis des pratiques viticoles, de l'amont à l'aval, dans l'objectif de mieux **respecter l'environnement** – le sol, l'air et l'eau – et donc, les hommes qui y travaillent ou y vivent.

Les perspectives de la référence Champagne 41

Les Champenois s'y préparaient depuis vingt ans, les premiers programmes de **lutte raisonnée** ayant été initiés par le CIVC dès les années 1980.

Ces nouveaux principes de qualité seront donc bientôt tous appliqués et feront probablement un jour l'objet d'une inscription dans les règles de l'AOC.

Ainsi, la Champagne s'intègre volontairement et massivement (15 000 vignerons concernés à terme) dans le mouvement mondial du « **développement durable** »,



Pose de diffuseurs pour la confusion sexuelle

qui milite pour la recherche d'un équilibre entre une agriculture économiquement forte et une agriculture écologiquement responsable.

De même, une réflexion sur les critères qui fondent **la délimitation de l'aire géographique** est en cours en Champagne. Elle permettrait d'envisager à l'avenir une autre réflexion portant sur une éventuelle révision de la délimitation parcellaire.

42 Les perspectives de la référence Champagne

Le vieillissement des Millésimes

Alors que l'AOC impose un vieillissement minimum de **3 ans** pour les Champagnes millésimés, la très grande majorité des élaborateurs les conservent en caves **au moins 4 ans** et parfois... **jusqu'à 10 ans et plus.**

② L'impératif de l'excellence

Si l'Appellation Champagne confère des **droits** aux Vignerons et Maisons de Champagne – droit à la notoriété, à la valeur ajoutée, à l'image et à la protection – elle leur confère tout autant le **devoir** d'entretenir leur prestigieux héritage ; en ne dérogeant bien sûr à aucune des règles qualitatives édictées mais surtout, en allant la plupart du temps bien **au-delà des minima** imposés par l'AOC.



Cave champenoise

Ainsi, la collectivité est incitée à relever sans cesse son degré d'exigence qualitatif.

Les Champenois viennent d'ailleurs d'engager une très large réflexion et concertation sur l'ensemble des **conditions de production**, justifiées notamment par l'évolution des conditions climatiques.

En matière de rendement, des commissions ont d'ores et déjà entrepris une expérimentation visant à une meilleure **maîtrise.**

Les voies de la renommée

Mécénats culturels, artistiques dans les domaines de la musique, de la sculpture, de la littérature, du cinéma... Soutien des plus grandes manifestations hip-piques, automobiles, nautiques, golfigues... Association aux plus grands créateurs du monde du luxe, de la mode, du design... Lancements de nouveaux concepts pour s'intégrer au monde de la fête et de la nuit...

À terme, ce sont toutes les principales pratiques culturelles – densité de plantation, taille, ébourgeonnage, relevage, etc. – qui seront examinées et actualisées, de façon à pouvoir en intégrer un jour les évolutions au décret d'Appellation.

② L'universalisation de la renommée



Gros plan d'effervescence

Sans oublier la réception de personnalités politiques, médiatiques ou artistiques dans les caves et les demeures de Champagne, où se perpétue l'art de vivre à la française.

Aujourd'hui, les Vignerons et Maisons de Champagne, au travers de leurs multiples manifestations de relations publiques, leurs mécénats, leurs visites de caves et leur accueil en Champagne, font vivre inlassablement **l'image Champagne**.

L'initiation des consommateurs aux **grands vins** de Champagne, à la découverte de leur diversité, à tous les raffinements de leur élaboration et de leurs sensations gustatives, fait aussi l'objet de multiples actions menées dans le monde entier par les Vignerons, les Maisons et leur CIVC.

44 Les perspectives de la référence Champagne

Ainsi, en association avec les plus grands chefs et sommeliers, les vins de Champagne démontrent leurs **accords**, de l'apéritif au dessert, avec les mets et les cuisines les plus variés.

Demain, l'**universalisation** de la renommée de l'Appellation Champagne passera par la conquête de nouveaux marchés et surtout, l'intégration à de nouvelles cultures.

En Chine, en Inde, en Russie, pour ne citer que les plus grands pays, le mythe Champagne devra s'imposer



Séance de dégustation au Japon



Les co-Présidents Philippe Feneuil et Yves Bénard avec des grands Chefs lyonnais

Le cas du Japon

Eloignés de l'univers du vin mais passionnés de luxe, de célébration et d'art de vivre, les Japonais furent d'abord fascinés par **le mythe** Champagne. Aujourd'hui, ils deviennent progressivement des **amateurs** extrêmement avertis et des **consommateurs** de plus en plus assidus.

et initier à la valeur de ses vins, dans des contextes où la consommation de vins est encore très limitée ou parfois déjà très concurrentielle.

C'est un défi autant **culturel** que commercial, l'Appellation Champagne devant à la fois s'adapter aux modes de vie locaux et être préférée à la séduction artificielle des boissons industrielles.

③ L'avenir de la notion d'origine géographique

Si le concept d'AOC, né en France, est la version la plus aboutie de la notion d'Indication Géographique, de nombreuses mentions d'origine voient le jour un peu partout dans le monde.

À commencer par l'Europe, où la protection des dénominations géographiques des produits agricoles



Parcelles de vignes champenoises

Définition de l'Indication Géographique

Indication qui sert à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un membre ou d'une région

ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.

et alimentaires a été instituée en 1992 par la création des **Appellations d'Origine Protégées** (AOP), qui correspondent à la notion française d'AOC, et des **Indications Géographiques Protégées** (IGP). Aux États-Unis, longtemps réticents à la protection d'une quelconque origine géographique, la prise de conscience se fait progressivement et se concrétise par la naissance du concept d'**American Viticulture Area** (AVA).

46 Les perspectives de la référence Champagne

De même, en Amérique Centrale et du Sud, en Chine, au Vietnam, en Inde, en Israël, etc, où de plus en plus d'Indications d'Origine se créent pour identifier et valoriser leur authenticité et leur qualité.

Au plan mondial, la notion d'**Indication Géographique** (IG) a été définie par l'accord ADPIC/TRIPS (Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce) signé en 1994 par les 130 États membres de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC).



Charpente de vigne champenoise

L'accord pose également **le principe d'une protection**, d'une part des consommateurs contre toute tromperie sur l'origine géographique, d'autre part des producteurs contre la concurrence déloyale.

L'Union européenne s'efforce maintenant d'obtenir de tous les États membres de l'OMC que la **protection des IG** soit définitivement décidée à l'échelle mondiale.

Toutes ces initiatives sont la traduction d'une double aspiration.

- Désir des producteurs de produits de tradition d'ancrer leurs savoir-faire ancestraux dans leurs terroirs d'origine.

Et ainsi, de maintenir une activité qui respecte l'environnement et permette aux populations d'y vivre de génération en génération.



- Besoin des consommateurs de conserver des repères authentiques, de rechercher une qualité où la nature et l'homme ont encore leur place, de privilégier les Appellations qui les valorisent en les associant à une histoire vraie.

L'Appellation Champagne a pour vocation de symboliser ce véritable choix de société. Elle a un bel avenir.

