

Face à l'Himalaya, un vin chinois vole « au-dessus des nuages »

© 12/11/2018 |  Terre-net Média

Ils récoltent le raisin à la main au pied des contreforts de l'Himalaya, à plus de 2 200 mètres d'altitude, en fredonnant un chant traditionnel. Dans ce vignoble installé aux portes du Tibet, l'objectif est clair : donner enfin à la Chine un nectar de réputation mondiale.

Dans un pays encore peu réputé pour la **qualité de ses vins**, le géant français des **vins et spiritueux** Moët Hennessy a pris le pari de planter en Chine, au fin fond de la province du Yunnan, des vignes destinées à un produit haut de gamme facturé 300 euros la bouteille. « L'endroit est magique, on a ce côté sauvage, ce côté pur et ces espaces », s'enchantent Maxence Dulou, le directeur du domaine ouvert en 2012 après quatre ans de recherche du terroir idéal.

La température moyenne ressemble à celle du Bordelais dans cette région du sud-ouest de la Chine. Car si l'on est en altitude, l'endroit reste proche du tropique du cancer, avec un climat sec, à l'abri de la mousson et donc épargné par les maladies. À la différence d'autres terroirs chinois, il n'est pas nécessaire d'enterrer les ceps pendant l'hiver pour les abriter du gel. Mais la **viticulture en montagne** n'est pas une sinécure, admet Maxence Dulou, dont le terroir de 28 hectares se répartit en plus de 300 petites parcelles, chacune traitée différemment, de la taille à la récolte. « C'est très compliqué », soupire-t-il. Avec à la clef un prix de vente conséquent, chaque hectare nécessitant en moyenne 3 500 heures de travail par an, soit quatre fois plus que les plus grands vignobles du monde. « Pourquoi ? Parce qu'on fait tout à la main », explique Maxence Dulou, pour des raisons de qualité mais également parce que recourir à des machines serait peu pratique en altitude sur d'aussi petites surfaces.

Deux mille caisses

Le vin rouge, un assemblage de cabernet sauvignon et de cabernet franc, a été baptisé « Ao Yun », c'est-à-dire « Vol au-dessus des nuages » en chinois, en référence au paysage à couper le souffle qui entoure le vignoble. La production reste confidentielle, 2 000 caisses chaque année. Moët Hennessy a loué les terrains pour 30 ans aux cultivateurs qui s'étaient mis à la vigne 10 ans plus tôt, à l'instigation des autorités locales. Ces dernières cherchaient une production plus rentable que l'orge, cultivé jusqu'au début des années 2000. Mais faute d'expertise et de formation de ces viticulteurs reconvertis, la qualité du produit fini n'a pas été au rendez-vous. L'arrivée d'un géant mondial du secteur a changé la donne et permis de vendre le vin au prix fort jusqu'en Europe ou aux États-Unis.

À 43 ans, Maxence Dulou, installé sur place avec son épouse depuis six ans, voit dans l'initiative le résultat d'un mariage réussi entre Est et Ouest. « On travaille avec des Tibétains, avec d'autres minorités chinoises, avec des Hans, qui sont la majorité chinoise, avec des Français, et donc on essaye de prendre le meilleur de chacune des cultures », résume-t-il. « Les Chinois sont très créatifs et n'ont pas peur du changement. C'est extraordinaire ». L'implication du groupe français a aussi entraîné des investissements des autorités locales, qui ont goudronné les routes, apporté l'électricité 24 heures sur 24 et construit des dizaines de maisons. « Nous n'avons plus à nous inquiéter pour l'argent, les gens n'ont plus besoin de partir pour trimer », se félicite Ci Liwudui, un villageois. Cet homme de 42 ans a loué ses terres à Moët Hennessy, qui a embauché au passage plusieurs membres de sa famille dans les vignes.

La production nationale en berne

Depuis une dizaine d'années, le goût prononcé des Chinois pour le vin a mûri avec le gonflement des effectifs de la classe moyenne, qui a appris à apprécier une bonne bouteille, et pas seulement parce qu'elle est chère. La Chine est devenue l'un des grands pays de consommation de vin. D'ici 2021, la Chine devrait devenir le 2^e marché mondial du vin derrière les États-Unis, passant ainsi devant la France, selon une étude publiée en février 2018 par Vinexpo/IWSR (International Wine and Spirit Research), avec un marché chinois qui devrait alors avoisiner les 23 milliards de dollars. Mais les fils du Dragon font la fine bouche avec les produits de leur propre pays : les ventes de **vins chinois** ont reculé pour la cinquième année consécutive l'an dernier, alors que les importations ont augmenté de 17 %. « Il y a une connotation pas très positive dans le vin "Made in China" », reconnaît Maxence Dulou. « Les Chinois font plus confiance aux **vins français**, avec de la notoriété, des vins qui ont 100 ou 200 ans d'expérience, (plutôt) qu'à des vins chinois qui ont 10 ans d'existence et qui nécessitent encore beaucoup d'ajustements », observe-t-il. « Mais je pense que, petit à petit, les Chinois vont prendre conscience qu'on peut faire de grands produits en Chine, notamment des vins », pronostique le **viticulteur**.