

Histoires en vignoble nantais
Exposition itinérante



Destinataires :

- les collectivités du vignoble (4 communautés de communes + 2 villes, soit 30 communes)
- les vigneron implantés sur le territoire du Syndicat Mixte du Scot et du Pays du Vignoble Nantais
- les partenaires du Musée du Vignoble Nantais
- les Offices du tourisme du Pays du vignoble nantais

Une exposition

4 panneaux (bâches souples) prévus en itinérance sur le territoire présentent les différentes histoires de la consommation des vins du vignoble nantais, du Moyen-âge à nos jours.

La liste des panneaux disponibles, détaillée dans les pages qui suivent, permet de préciser les formats (en cms) et sujets des panneaux, de présenter certaines des illustrations de chaque panneau ainsi que les conditions d'accrochage de chacun de ces panneaux.

Cette exposition itinérante présente le second volet d'une exposition événement qui s'est déroulée au Musée du Vignoble nantais de 2010 à 2012, intitulée « Histoires en Vignoble Nantais ».

Le premier volet de l'exposition présenté en 2010 au Musée du Vignoble Nantais a été l'occasion d'un renouvellement des espaces muséographiques avec la présentation d'objets récemment entrés dans les collections :

- le premier tracteur enjambeur du Vignoble Nantais pour raconter la mécanisation,
- les alambics, microscopes et autres instruments de mesure pour relater l'introduction des sciences dans le processus de vinification,
- et le majestueux alambic pour rappeler l'importance et la qualité méconnue des eaux-de-vie nantaises sous l'Ancien Régime.

Le second volet de l'exposition présenté en 2012 a également donné lieu à la création d'un nouvel espace au Musée : un pôle dédié au terroir racontant l'histoire très ancienne de la formation du sol et du sous-sol du Vignoble Nantais. Grâce à des cartes, des photographies, des coupes de sol, des échantillons à manipuler, le terroir du Vignoble Nantais livre ses secrets.

L'exposition itinérante propose d'aborder l'histoire de la consommation des vins.

L'évolution de la consommation des vins de Nantes, du Moyen-âge à nos jours, se déroule à travers de nombreux documents d'archives, cartes postales anciennes, documents publicitaires, œuvres d'artistes, dessins de presse, photographies.

Partenaires de l'exposition présentée en 2012 au Musée du Vignoble Nantais

Direction régionale des affaires culturelles Pays de Loire

Conseil Général de Loire-Atlantique

Programme Leader du Pays du Vignoble Nantais

Interloire, bureau de Nantes

Institutions publiques, prêteurs privés

Conception et réalisation scénographique de l'exposition

Agence APAPA

Contact et renseignements sur l'exposition

Musée du Vignoble Nantais – 82, rue Pierre Abélard 44330 Le Pallet.

Tel : 02 40 80 90 13 / Fax : 02 40 80

Courriel : accueil@musee-vignoble-nantais.fr

Conditions du prêt

Prêt gratuit aux destinataires mentionnés sur la page de couverture.

Transport, pose et dépose : à la charge de l'emprunteur

Assurances : L'emprunteur s'engage à assurer l'exposition selon la valeur notifiée sur le contrat de prêt.

Contrat de prêt : un contrat est co-signé par l'emprunteur avec le Musée du Vignoble Nantais. Ce contrat mentionne :

- la liste des panneaux empruntés
- la durée de l'emprunt
- les modalités de transport aller et retour
- les modalités d'accrochage des panneaux sur le site emprunteur
- la valeur d'assurance des panneaux empruntés

Conditions d'exposition

- Quatre panneaux mesurant chacun 200 x 80 cm (Haut x Larg). Chaque panneau est constitué d'une bâche souple (PVC) sur laquelle est cousu un livret d'illustrations à feuilletter mesurant 29,7 x 21 cm (Haut x Larg) fermé.

Accrochage par œillet sur cimaise : l'emprunteur doit avoir des rails de cimaise fixés en hauteur de mur munis de systèmes de suspension réglables en hauteur (crochets).

Si besoin, le Musée du Vignoble peut fournir des tiges de cimaises et crochets.

- Un panneau passe-tête (chevalet cartonné) de format 200 x 150 cm (Haut x Larg).

Pose au sol : l'emprunteur doit prévoir un espace suffisant.

Les conditions d'accrochage et d'exposition sont précisées sur le contrat de prêt des panneaux en itinérance.

Panneau (1), 200 x 80 cm : Une histoire plus que millénaire.
 Modalités d'accrochage : par œillets sur cimaise.

UNE HISTOIRE PLUS QUE MILLÉNAIRE

AU MOYEN-ÂGE,

l'Évêque « premier viticulteur de la cité ».



Du haut moyen-âge jusqu'au 13^{ème} siècle, le vin, associé au pain, est consommé par les fidèles lors du rituel de la communion pour le culte chrétien. Il est utilisé au sein des évêchés pour l'hospitalité et l'assistance médicale aux pèlerins, voyageurs et indigents. Les évêques accueillent également des princes, rois et empereurs dans les palais épiscopaux et servent des vins en leur honneur. Les fondations d'abbayes partout en France stimulent donc l'essor des plantations de vignes. À partir du 6^{ème} siècle, l'évêque de Nantes, Saint Félix (511-582), encourage le développement de la viticulture. Dans les campagnes nantaises, ce sont Saint Martin dès le 6^{ème} siècle, puis Saint Hermeland et Saint Colomban au 7^{ème} siècle qui développent la culture de la vigne. Eux-mêmes consomment le vin qu'ils produisent : Cabernet, Chenin, Pinot. À l'abbaye de Vertou, créée sous l'impulsion de Saint Martin, la règle de Saint Benoît

indique : « mieux vaut prendre un peu de vin par nécessité que beaucoup d'eau avec avidité ». Les moines ont droit à 27 cl de vin par jour en contrepartie de leur labeur. L'organisation de festins permet également de rompre avec la frugalité quotidienne.

L'expression actuelle « vin d'honneur » témoigne de notre appartenance à une civilisation qui fait de l'offrande du vin l'une des conditions d'un bon accueil.



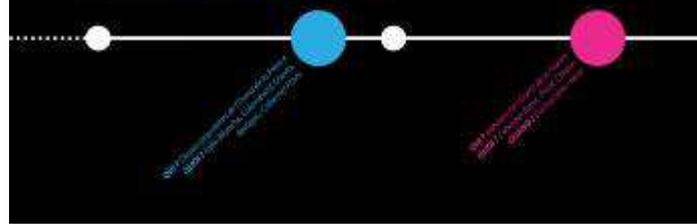
DE LA RENAISSANCE À 1600, du vin clair et au vin rouge

« Approchant au temple de la divine bouteille, nous convenait passer parmi un grand vignoble fait de toutes espèces de vignes, comme Phalerno, Malvoisie, Muscadet, Tige, Beaune, Minevous, Orléans, Picardent, Arbois, Coussi, Anjou, Grive, Carisquo, Kleron, Nerec et autres » François BABELAIS, *Pantagruel*

La Renaissance a laissé peu de témoignages sur la consommation des vins nantais. La Folle blanche est probablement déjà présente, comme le Colombard ou le Gouais, aux potentialités similaires. Ces cépages donnent des vins acides, des aigrelets ou clarets, appréciés au Moyen-âge. L'art de la Renaissance est marqué par une modification des goûts en faveur des vins rouges. Les Ducs de Bourgogne en sont les initiateurs en valorisant le Cabernet franc et le Pinot noir. Le Pinot noir est ainsi planté au 15^{ème} siècle par François II dans sa propriété du Beilgau à Coullion. Au cours de cette période, le duc Jean V exonère de taxes les vins locaux (1407). Le port devient le deuxième exportateur de vins sur l'Atlantique, après Bordeaux. Les taxes élevées à l'entrée du Cotentin obligent les angevins à accroître la qualité pour mieux valoriser financièrement leurs vins. Les vins locaux s'installent sur le créneau d'une production abondante et peu onéreuse. Ils sont consommés par les nantais, dans les campagnes, en Bretagne et en Angleterre.



1. Histoire de Bretagne, 2002, t. 1, p. 100.
 2. Histoire de France de la Renaissance aux Lumières, Michel Colombe, 1999, t. 1, p. 100.
 3. Histoire de Bretagne de la Renaissance aux Lumières, Michel Colombe, 1999, t. 1, p. 100.



Panneau (2), 200 x 80 cm : Abondance, santé et recherche de qualité.
 Modalités d'accrochage : par œillets sur cimaise.

ABONDANCE, SANTÉ ET RECHERCHE DE QUALITÉ

1600 - 1820

« Le peuple français acquiert tout d'un coup, le droit de vote et le droit de boire » **Théodore ZELDIN**, in *Les Français ou Histoire des passions françaises*



1. Jean-François Sarrat, Le culte de la vigne, gravure coloriée et bois, 1771, Musée d'histoire de France.

Le 17th siècle marque un tournant. La forte demande d'eau-de-vie des négociants hollandais provoque le développement de la culture de la folle-blanche (cépage du Gros-Plant). Ce cépage abondant permet l'élaboration d'une eau-de-vie très réputée, sur les marchés anglo-saxons, comme le Cognac néoissant. Ce siècle signe également l'arrivée du Melon de Bourgogne (cépage du Muscadet) : une archive du Château de l'Orsinière à Gorges atteste sa présence en 1639. Il faut imaginer un vignoble dense, comme partout en France. Les parcelles mélangent plus leurs cépages, vinifiés ensemble.

Les vins locaux, faibles en alcool et acides, sont consommés chez les paysans âgés, adultes et enfants. Il s'agit de raisins et fruits d'automne, consommés avec du pain, toute l'année. Les paysans pauvres se contentent d'eau coupée de vinaigre et d'une piquette tirée des dernières pressées. Le vin est un aliment et l'eau, souvent trouée, est dangereuse pour la santé. La différenciation des terroirs existe déjà dans le vignoble Nantais. Les barriques portent la marque de leur provenance géographique avec différentes catégories de prix, et donc, de qualité.

« Car ce nectar, ça donne du sang à l'ouvrier » *La chanson du Muscadet*
 Le 19th siècle voit les débits de boisson se multiplier, hauts lieux de socialisation populaire dans l'Ouest de la France. D'après l'Annuaire général de la Loire-Inférieure, en 1900, Villet compte 11 marchands de vin et 10 cafetiers, Le Pallet 4 et 7, Vertou, 4 et 20 et Clisson 7 et 15. Une nouvelle classe ouvrière se développe à Nantes, la population est multipliée par deux. Au comptoir des cafés de Nantes, Saint-Nazaire, de la Bretagne maritime, les hommes viennent chercher la chaleur du bistrot et le besoin d'alcool. Cette consommation « trompe-la-faim » donne la réputation de petit vin aux vins du vignoble Nantais, que les élites délaissent.



1850 - 1920, LE VIN PAYSAN

Suite à la crise du phylloxéra, à la fin du 19th siècle, la reconstitution du vignoble se fait en plant greffé sur porte-greffe américain résistant à la maladie, en hybrides de toutes natures. On plante du Baco, de Oberlin, du Seibel, du Coudert, des hybrides américains tels que le Noah, le Clinton ou l'Ornello. Ces vins de consommation courante proviennent de cépages robustes souvent hybrides. Ces plantations ont survécu jusqu'aux lois imposant leur arrachage en 1934, et parfois au-delà pour des consommations locales, hors du champ commercial.

Avant le phylloxéra, le gros-plant est majoritaire : en 1865, il occupe les deux tiers des surfaces plantées en vigne en Loire-Inférieure. Après le phylloxéra, la reconstitution du vignoble révolutionne les pratiques culturales. Elle permet de modifier l'encépagement. La part du Melon de Bourgogne augmente et ouvre la voie au succès à venir du Muscadet.



« 1865, le gros-plant est majoritaire : il occupe les deux tiers des surfaces plantées en vigne en Loire-Inférieure. Après le phylloxéra, la reconstitution du vignoble révolutionne les pratiques culturales. Elle permet de modifier l'encépagement. La part du Melon de Bourgogne augmente et ouvre la voie au succès à venir du Muscadet. »

« Le 17th siècle marque un tournant. La forte demande d'eau-de-vie des négociants hollandais provoque le développement de la culture de la folle-blanche (cépage du Gros-Plant). Ce cépage abondant permet l'élaboration d'une eau-de-vie très réputée, sur les marchés anglo-saxons, comme le Cognac néoissant. Ce siècle signe également l'arrivée du Melon de Bourgogne (cépage du Muscadet) : une archive du Château de l'Orsinière à Gorges atteste sa présence en 1639. Il faut imaginer un vignoble dense, comme partout en France. Les parcelles mélangent plus leurs cépages, vinifiés ensemble. Les vins locaux, faibles en alcool et acides, sont consommés chez les paysans âgés, adultes et enfants. Il s'agit de raisins et fruits d'automne, consommés avec du pain, toute l'année. Les paysans pauvres se contentent d'eau coupée de vinaigre et d'une piquette tirée des dernières pressées. Le vin est un aliment et l'eau, souvent trouée, est dangereuse pour la santé. La différenciation des terroirs existe déjà dans le vignoble Nantais. Les barriques portent la marque de leur provenance géographique avec différentes catégories de prix, et donc, de qualité. »

Panneau (3), 200 x 80 cm : Le XXème siècle, l'ère du Muscadet.
 Modalités d'accrochage : par œilletons sur cimaise.

LE 20^{ÈME} SIÈCLE, L'ÈRE DU MUSCADET

1920-1950, LE MUSCADET ANOBLI



Entre les deux guerres, puis après la Seconde Guerre mondiale, de nombreux Nantais et Bretons immigrèrent à Paris en quête de travail. Ils diffusent dans les quartiers populaires quelques mets et vins de leur région d'origine. Parallèlement, la promotion du muscadet est assurée par « l'Association Amicale des Nantais de Paris » qui compte des adhérents prestigieux tels Aristide Briand. Elle réussit à faire apprécier le muscadet dans plusieurs grands restaurants parisiens, dans des bars selectifs et des cabarets les plus pimpants.

En 1936, le Vignoble Nantais obtient la reconnaissance de l'appellation d'origine contrôlée pour le muscadet. L'ADC et le mouvement régionaliste semblent faire changer l'idée que la haute société nantaise se fait du muscadet. Intellectuels, médecins, avocats s'attachent à ce vin chargé d'imaginaire régional.

Le muscadet profite alors du succès touristique naissant de la Bretagne et de ses côtes – en lien avec

les congés payés – qui imposent ce vin dit « de vacances ». Il gagne La Baule, Le Pouliguen, Le Croisic, Saint-Jean-de-Monts, puis la Bretagne avec Rennes, puis Tours et Blois. À partir de 1930, il conquiert la Normandie : Avranches, Bayeux, Douville, Trouville, Rouen. La période d'occupation allemande (1940-1944) ouvre le développement commercial du muscadet vers les régions du Nord de la France, en remplacement des vins du Midi qui ne peuvent plus franchir la ligne de démarcation.

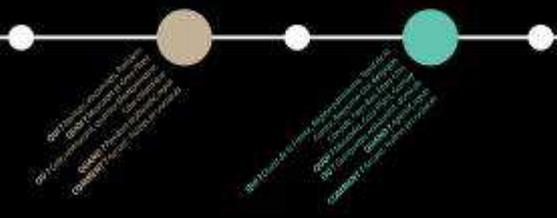


1950 - 2000, VERS L'INTERNATIONAL

Le consommateur de muscadet est ouvrier (chantiers navals de Saint-Nazaire, usines Renault de la vallée de la Seine, textile et chaussure dans le cholorais), il est pêcheur des côtes sud de la Bretagne ou encore paysan des campagnes vendéennes, nantaises, angevines, bretonnes. Sur cette période plus récente, les enquêtes de consommation donnent des informations précises. Le muscadet réalise la meilleure pénétration chez les retraités/inactifs, puis les ouvriers, signe d'une consommation plutôt populaire. Il est également consommé dans le milieu agricole. L'Ouest domine, avec en moyenne sept bouteilles par ménage et par an. Les deux autres régions consommatrices sont la région parisienne et le Nord. La consommation de muscadet culmine dans la tranche d'âge des 35 à 49 ans, avec six bouteilles par ménage et par an.



Dans les années 1980, le mode de consommation du muscadet change comme l'ensemble des pratiques alimentaires. Exit le bistrot, il est acheté en grande surface et consommé à domicile à l'apéritif – une nouvelle pratique qui s'impose – ou avec un poisson ou des fruits de mer. Cette image festive est renforcée par la communication professionnelle des « années ginguettes ». Pendant quinze ans, la production massive de muscadet répond à la demande toujours plus grande d'exportation vers Paris, les États-Unis et les pays du Nord.



Panneau (4), 200 x 80 cm : Aujourd'hui les vins du Vignoble Nantais.
 Modalités d'accrochage : par œillets sur cimaise.

AUJOURD'HUI LES VINS DU VIGNOBLE NANTAIS

« L'ÉTERNEL » MUSCADET

« *D'abord il faut jeter ses a priori à la poubelle... le Muscadet est bien plus qu'un petit blanc de complément* » **Périck LEGASSE**



Le vote de la « loi Évin » en 1989 fait prendre conscience à des millions de Français des conséquences de la consommation abusive d'alcool sur la santé. En 1990, le vin accompagne le repas d'un Français sur deux. C'était, devant l'eau du robinet, la boisson préférée des Français au repas. En 2000, il accompagne le repas d'un Français sur quatre. La « peur du gendarme » entraîne une baisse de la consommation d'alcool hors du domicile. Les pratiques évoluent : le consommateur boit moins et il décide de mieux choisir ce qu'il boit. Parallèlement, les boissons alcoolisées consommées se diversifient : bière, alcools forts, vins du Nouveau Monde. Une enquête récente commandée par Interkare à l'agence Wine Intelligence renseigne sur l'image contemporaine du muscadet et le profil de ses consommateurs. Cette étude a été réalisée en juin 2011 auprès d'un échantillon de 1 000 personnes.

Un vin « connu »

Le muscadet dispose d'une forte notoriété, plus connue que les vins d'Alsace : 79% des consommateurs interrogés connaissent l'appellation muscadet, 51% le « Sèvre et Maine » et 49% la mention « sur lie ». Cependant, seuls 27% des personnes connaissant le muscadet sur Lie passent à l'acte d'achat. Les autres se tournent plutôt vers des vins identifiés comme l'Alsace ou le picpoul.

Qui est le consommateur de muscadet ?

Le consommateur de muscadet est majoritairement féminin. Il est globalement plutôt âgé. La situation géographique du consommateur n'a pas évolué depuis les années 1990, on retrouve l'Ouest, le Nord et la région parisienne. 42% des consommateurs proposent du muscadet à l'occasion de l'apéritif pour 30% lors d'un repas (en augmentation).



DU MUSCADET AUX MUSCADETS

Depuis 2004, la communication autour du muscadet vise à sortir de la seule identité d'un vin jeune associé aux fruits de mer. Les années 2000 sont marquées par la reconnaissance des muscadets de « haute expression », sous des délimitations communales.

Le muscadet est toujours empreint d'une grande ambivalence. Il est toujours acheté en grande surface, consommé à domicile, à l'apéritif ou en accompagnement de fruits de mer ou de poisson, résultat de la communication menée depuis les années 1990. Cependant, la grande diversité des terroirs, l'évolution des pratiques culturelles et de vinification autour du cépage permet d'obtenir des vins de terroir d'une grande complexité, que l'arracherie, qui étonnent par leur potentiel de garde, potentiel que le 20^{ème} siècle a longtemps occulté. Les cavistes, restaurateurs de réputation mondiale s'en saisissent et les nantais sont séduits. L'histoire de la consommation des vins nantais continue.



© Interkare, Wine Intelligence, 2011. Tous droits réservés. Toute réimpression ou utilisation non autorisée sans la permission écrite de l'éditeur est formellement interdite. Toute réimpression ou utilisation non autorisée sans la permission écrite de l'éditeur est formellement interdite. Toute réimpression ou utilisation non autorisée sans la permission écrite de l'éditeur est formellement interdite.



Panneau passe-tête, 200 x 150 cm: Buvez du muscadet

