

VINS DE PRESTIGE

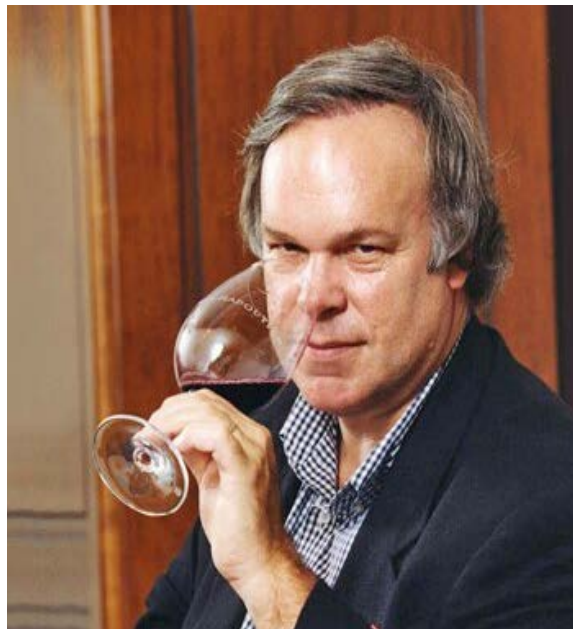
Le nez à un million de dollars

Avec son mépris obstiné pour la hiérarchie des vins, Robert Parker, le critique de vin américain au franc-parler, est en train de révolutionner le secteur - et d'enseigner à l'establishment du vin français certaines leçons qu'il préférerait ne pas apprendre.

Par William Langewiesche - Décembre 2000

LE critique le plus influent au monde aujourd'hui se trouve être un critique de vin. Il ne s'agit pas d'un snob ou d'un esthète patenté, comme on pourrait l'imaginer, mais d'un Américain ordinaire, un type costaud, maladroit et travailleur de l'arrière-pays du nord du Maryland, à un demi-pas de la ferme. Il s'appelle Robert Parker Jr, ou Bob en abrégé, et n'a aucune formation formelle dans le domaine du vin. Il vit près de la maison de son enfance, parmi les laiteries et les forêts secondaires, dans un endroit appelé Monkton, qui a un bureau de poste mais pas de centre ville. Une nouvelle autoroute a réduit le trajet vers Baltimore à seulement trente minutes, mais elle n'a eu que peu d'effet. Monkton reste rurale et fade - une parcelle d'Amérique oubliée, aussi culturellement isolée et indéfinissable que les régions les plus tranquilles du Midwest. Parker aime cet état de fait.

Il est marié à Pat, son amour de lycée, avec qui il a une fille adolescente, Maia, adoptée alors qu'elle était bébé dans un orphelinat coréen. La famille mène une vie domestique tranquille et apparemment idyllique. Parker semble être un homme heureux. Au repos, il a le visage figé d'un fermier aisé. Dans ses chemises amples et ses shorts d'été, avec ses bras lourds qui pendent largement, il a l'air de pouvoir se battre avec une vache.



Il n'a pas pu, car à cinquante-trois ans, il a un mauvais dos. Mais voici à quel point il est devenu fort : beaucoup de gens pensent aujourd'hui que Robert Parker est en train de changer à lui seul l'histoire du vin. Ce n'est pas peu dire.

Il existe aujourd'hui plus de quarante pays producteurs de vin dans le monde, dont la France est le premier et les États-Unis le quatrième ; la Chine figure sur la liste. Ces pays ont planté 30 000 miles carrés de vignobles et produisent l'équivalent de 35 milliards de bouteilles de vin chaque année.

M. Parker contrôle directement la plus petite parcelle de tout cela - une micro-vinerie appelée Beaux Frères, près de Newburg, dans l'Oregon, qu'il possède avec son beau-frère et dont il refuse de faire la promotion. Les vins qui y sont produits (à partir de pinot noir) ne sont pas nécessairement parmi les meilleurs, mais ils permettent à Parker de ne pas s'exprimer sur la vinification comme, dit-il, un eunuque pourrait s'exprimer sur le sexe. Il n'est ni un exportateur, ni un importateur, ni un homme d'argent. Il est un défenseur indépendant des consommateurs, un croisé dans une tradition typiquement américaine.

C'est vraiment très simple, du moins c'est ce qu'il semble au premier abord. Parker goûte 10 000 vins par an. Il les renifle, les boit et prend des notes. Certains de ces vins sont bons, d'autres ne le sont pas - selon Parker. S'il change l'histoire du vin, comme on le prétend, c'est uniquement grâce à l'expression de son goût.

Sa base est un bureau exigü de deux pièces dans sa maison de Monkton, où le bouledogue et le basset de la famille aiment se coucher sur le carrelage, dormir, péter et ronfler. Parker a un sens aigu de l'odorat, mais à moins qu'il ne soit en train de déguster du vin, il apprécie leur présence. Les deux secrétaires qui travaillent dans le bureau extérieur sont moins compréhensives. Elles m'ont dit qu'elles aimaient aussi les chiens, mais qu'elles les faisaient souvent sortir.

La plus âgée des secrétaires travaille pour Parker depuis des années, mais n'a jamais appris à apprécier le vin. Elle est dévouée à Parker, comme ont tendance à l'être les femmes qui lui sont proches, d'une manière protectrice et maternelle. La vraie mère de Parker, qui gère le courrier du bureau, a une approche différente. On dit d'elle qu'elle est dure et qu'elle ne se laisse pas impressionner. Un après-midi, Parker, qui s'apitoyait sur son sort, lui a dit que depuis des années, il ne recevait que des lettres de réclamation. Elle le fixe du regard et lui dit : "C'est parce que ce sont les seules que je t'ai laissé voir."

Son instinct était probablement bon. Parker semble avoir du mal à distinguer les amis des flagorneurs, et il accorde trop d'importance aux compliments qu'il reçoit. Ce n'est pas en public qu'il travaille le mieux, mais dans son bureau intérieur privé, où on le laisse le plus souvent seul. Ce bureau est équipé d'un bureau et d'un ordinateur en désordre, d'une chaîne stéréo remplie de CD (Bob Dylan, Neil Young), d'un plan de travail rempli de bouteilles, d'un support de verres à vin propres et d'un évier suffisamment profond pour permettre de cracher sans éclabousser. C'est là qu'il écrit et publie un journal non illustré, sous-titré "The Independent Consumer's Bimonthly Guide to Fine Wine".

Aucune publicité acceptée. L'abonnement coûte 50 dollars par an. Chaque numéro se compose d'un ou deux éditoriaux et d'environ cinquante-six pages de commentaires directs sur les vins que Parker a récemment dégustés. Les commentaires sont courts, généralement de deux ou trois phrases, regroupés par région et par domaine viticole, et associés à des "points Parker", qui sont des notes sur une échelle de 50 à 100. L'une des notes les plus basses que Parker ait jamais attribuées à un nouveau millésime est de 56, pour le Lambert Bridge Cabernet Sauvignon 1979, à propos duquel il a écrit :

"On peut se demander ce que ce vignoble fait à son cabernet pour le rendre si imbuvable...".

Ce vin a un intense arôme végétal et de basse-cour et des saveurs très inhabituelles". Mais en général, les vins médiocres obtiennent des notes dans les 70, les vins adéquats dans les 80 et les très bons dans les 90. Il existe des gradations importantes à l'intérieur de ces fourchettes. Rarement, Parker a donné à un vin une note parfaite de 100 - soixante-seize fois sur 220 000 vins dégustés. Il indique toujours un prix de détail approximatif et donne son avis sur la date à laquelle le vin sera prêt à être bu. Il s'efforce d'éviter les conflits d'intérêts : il paie ses propres frais, n'accepte aucun cadeau ou paiement, et ne spéculé pas financièrement sur le vin. En conséquence, il jouit d'une réputation d'intégrité irréprochable dans un secteur qui n'en a pas.

40 000 abonnés, dans tous les États américains et dans trente-sept pays étrangers. Il s'agit de lecteurs influents, qui font circuler les numéros, enflammant ainsi les marchés d'Asie, des États-Unis et maintenant même d'Europe, où l'on peut compter sur les collectionneurs et les consommateurs fortunés pour rechercher des vins sur la base des recommandations de Parker. Les effets se font sentir dans les rayons des magasins, où les détaillants affichent les commentaires ou les notes de Parker, et en amont de la chaîne d'approvisionnement, influençant la spéculation, la négociation et la fixation des prix, jusqu'à ce que même les producteurs de vins de masse ressentent le poids des opinions de Parker. Le commerce n'a jamais connu une telle voix, un tel pouvoir, auparavant. Lorsqu'il s'agit des grands vins - ceux qui déterminent les styles et les prix pour l'ensemble de l'industrie - il n'y a plus guère de critique qui compte.

Les effets sont mondiaux.

Alors que les vins montent et descendent en fonction des jugements de Parker, et que les producteurs réagissent à sa présence, l'industrie mondiale évolue dans une direction inattendue, vers des vins plus denses, plus sombres et plus spectaculaires. Il serait simpliste de croire que ce mouvement est entièrement dû à Parker : il en est peut-être simplement l'agent le plus efficace.

Quoi qu'il en soit, ces vins plus denses et plus sombres sont les vins que Parker et maintenant une grande partie du monde préfèrent boire. Parce qu'ils nécessitent un éclaircissage et une taille intensifs des vignes, des vendanges manuelles et, au stade de la vinification, une attention aux détails qui ne peut être obtenue que dans une cuve à la fois, ils se prêtent à une production à échelle réduite. À l'extrême, ils sont connus sous le nom de "vins de garage", plus petits encore que les "micro-vins" - si petits que certains sont produits dans des bâtiments de la taille d'un garage. Ces vins sont souvent absurdement chers, car ils sont rares et à la mode. C'est le mauvais côté des choses.

Mais ils permettent aux producteurs qui n'ont pas beaucoup d'argent (ou la capacité d'attirer de gros investissements) de gagner leur vie en faisant du vin. C'est la surprise. Avec sa concentration sur le goût et sa capacité unique à communiquer son opinion, Parker est peut-être le pionnier d'un nouveau type de mondialisation - non pas le monolithe que le monde redoute, mais la force contraire de ce monolithe : une économie de boutique d'inspiration américaine, individualiste et anti-industrielle à la base.

En France notamment - le pays qui, ironiquement, se bat contre la "McDonald'sisation" du monde - cette nouvelle forme de viticulture entrepreneuriale rencontre une certaine résistance. Il est facile de comprendre pourquoi. La France a longtemps été le bastion des grands vins. Parker menace ces vins, ainsi que les entreprises et les familles qui les produisent. En particulier à Bordeaux, ville culturellement conservatrice qui est largement considérée comme la capitale mondiale du vin, les viticulteurs sont engagés dans une lutte de plus en plus âpre contre Parker et son influence. Cette année, la lutte a éclaté au grand jour.

"Une vue démocratique"

C'est une position étrange pour un homme de Monkton. Une explication couramment entendue est que Parker écrit en anglais à une époque où l'usage de l'anglais se répand dans le monde entier. Mais les Britanniques, qui sont les critiques de vin traditionnels, écrivent aussi en anglais, et ils ne jouissent pas de l'influence de Parker. Beaucoup d'entre eux ont un diplôme appelé Master of Wine, ou M.W., pour lequel ils ont dû passer des tests - basés en grande partie sur l'identification de vins obscurs ou anciens - que Parker aurait probablement échoué. L'éminence de Parker les dérange donc. Ils voient Parker, à juste titre, comme un arriviste américain. Ils le considèrent comme un païen.

La lignée compte beaucoup pour les critiques britanniques et on leur accorde la déférence qui convient. Dans le pire des cas, ils semblent pratiquer la critique comme une excuse pour des excursions sur le continent : les villages sont pittoresques, les paysans sont pittoresques et les vins sont "nobles" avant tout. En revanche, la critique de Parker ressemble à celle de sa mère - directe et pointue, comme un Américain qui s'adresse directement à un autre. Il existe bien sûr d'autres critiques américains, mais aucun n'a réussi à égaler la franchise et l'authenticité de la voix de Parker. En avril dernier, après avoir goûté la dernière offre de Canon, un célèbre producteur de Bordeaux, Parker a donné au vin une note de 84-85 et a écrit:

„Une fois de plus, ce domaine renommé semble avoir raté le coche. Sans aucun doute, une partie de la difficulté en 1999 était le fait que le vignoble a été touché par la tempête de grêle qui a puni une petite zone de vignobles le 5 septembre.

Ce vin de couleur rubis foncé moyen révèle des saveurs douces de baies avec des notes minérales et d'acier en arrière-plan. Une partie du pedigree du vignoble ressort, mais ce vin moyennement corsé et peu inspirant possède peu de profondeur et de longueur. Maturité prévue : maintenant-2008."

C'est un style intentionnel, et plus difficile à réaliser qu'il n'y paraît - une prose si simple et claire qu'elle se lit comme un plan de métro. C'est aussi un point de vue particulier. Au printemps dernier, à Monkton, Parker m'a dit : "Ce que j'ai apporté, c'est une vision démocratique. Je me fous que votre famille remonte à la pré-Révolution et que vous soyez plus riche que je ne pourrais l'imaginer. Si ce vin n'est pas bon, je vais le dire".

C'est le genre d'anglais que tout le monde peut comprendre - et les grandes familles viticoles françaises n'aiment pas du tout cela. Ces familles sont parmi les plus conservatrices d'Europe, maîtres de l'understatement et du silence jugeant. Elles sont incarnées par les aristocrates du vin de Bordeaux, qui ont été les premiers à produire du vin rouge moderne il y a 300 ans et qui, depuis lors, ont pu, sur la base de la seule lignée de leurs vins, fixer les normes et les prix de l'industrie dans le monde entier :

traditionnellement, s'ils déclaraient que leur vin était le plus désirable du monde, alors quels que soient ses mérites réels, il était accepté comme tel. Quiconque n'était pas d'accord, disait le Bordelais, ne connaissait tout simplement pas le vin. La magie réside, bien sûr, dans le contrôle étroit des définitions. Elle assurait une position commerciale enviable et permettait aux Bordelais de réaliser un double tour de force : produire de très grandes quantités de vins à prix très élevés. Mais Parker est en train de changer tout cela. Il devient de plus en plus difficile pour les Bordelais d'ignorer les lois de l'offre et de la demande, ou le fait que leurs grands vins ne sont pas toujours très bons.

Bordeaux est la clé pour comprendre le rôle de Parker dans le monde. Cette ville a produit un grand nombre des vins les plus fins sur lesquels il a bâti sa réputation, mais, en tant que lieu où l'on s'appuie sur les techniques modernes de

production à haut rendement, elle constitue l'exemple le plus important de l'industrialisation du vin contre laquelle il s'est battu.

Bordeaux est une grande entreprise déguisée. La composition de l'aristocratie y a changé au fil du temps, mais les étrangers qui y ont adhéré se sont toujours adaptés avec empressement, imitant les vieilles familles si volontiers qu'à la deuxième génération, on a presque oublié qu'ils avaient fait du tapage. Ces dernières années, un grand nombre d'entreprises publiques se sont également lancées dans l'aventure, et même elles ont joué le jeu, meublant leurs châteaux d'antiquités et engageant les seconds fils de l'aristocratie pour produire leurs vins en imitant la tradition. Ce comportement est considéré comme respectable et civique - et il l'est en effet, dans un lieu qui a misé sa fortune sur son pouvoir de définir la signification du goût.

À Bordeaux, les vins ne sont pas issus de cépages uniques, mais de combinaisons en constante évolution. Ces combinaisons sont basées sur le cabernet sauvignon, avec des quantités variables de merlot, de cabernet franc et d'un autre cépage plus rare, le petit verdot, mélangées selon les calculs de chaque vinificateur, pour donner un peu de "profondeur" ou intensifier le vin.

Il en résulte traditionnellement des vins complexes, de couleur claire, incarnés par les élégants "clarets" produits par les anciens vignobles au nord de la ville, dans une région appelée le Médoc, sur la rive gauche de la Gironde. Les Britanniques font le commerce du claret depuis les années 1700 et ils ont compris depuis longtemps les règles du jeu. Il y a des années malheureuses où il y a trop de froid ou de pluie, mais si le vin est mince, alors il est subtil ou d'une austérité louable. S'il est d'une acidité ou d'une astringence imbuvable dans sa jeunesse, alors, comme un héritage familial, il n'est pas destiné à être consommé rapidement mais à être mis de côté pour s'adoucir, afin que les générations futures puissent en profiter.



Mais voici qu'arrive ce Parker, un homme aussi naïf que l'Amérique, avec son talent brut, son poids disproportionné, et son mépris obstiné de la hiérarchie du goût. Les Bordelais sont exaspérés de voir que même en France, les consommateurs l'utilisent de plus en plus comme référence. Les Bordelais pensent que Parker favorise les vins sombres et spectaculaires - des vins qui, selon eux, sont les plus impressionnants lorsqu'ils sont jeunes dans le verre, ou lorsqu'ils participent à des dégustations organisées, et qui, plus inquiétant encore, n'ont peut-être pas de pedigree. Les vins de ce type dépendent plus fortement du merlot que du cabernet sauvignon.

Dans une certaine mesure, ils existent depuis longtemps sur la rive droite de la Gironde, autour de Saint-Émilion et de Pomerol, des régions qui, dans le contexte du Médoc, sont considérées comme des nouveaux venus, produisant

des vins plébéiens et quelque peu simplistes. Les nouveaux petits vins sont comme ces vins de la rive droite, mais plus encore - plus sombres, plus intenses et, pour les palais non initiés, plus accessibles. Ce sont les crus de boutique, les vins dits de garage, qui commencent à commander les prix les plus élevés, et ils se répandent comme une pourriture dans la région. C'est la faute de Parker.

Les vieilles familles essaient de tenir bon. Au printemps dernier, lorsque je me suis rendu à Bordeaux pour leur poser des questions sur Parker, ils m'ont dit qu'il était déférent, qu'il venait deux fois par an, qu'il avait un petit bureau à Bordeaux d'où il publiait la seule édition en langue étrangère de *The Wine Advocate*, et qu'il rendait hommage à la région en tant que point de référence pour le monde entier. Mais ils ont également admis, lorsqu'on les a un peu pressés, qu'il les terrifie. Lorsque Parker critique leurs vins, ils voient leurs prix chuter. Lorsqu'il complimente leurs vins, ils ne peuvent s'empêcher de l'utiliser à leur avantage et de proclamer leurs notes. En privé, ils se plaignent qu'il les manipule comme des marionnettes. En public, pour des raisons commerciales, ils sourient et prétendent être ses amis. Cette duplicité est humiliante - et pire encore, elle signale leur perte de contrôle.

Il faut admirer ces gens pour leur sens de l'ironie. Un jour, dans la région de Bordeaux, l'un d'entre eux - impeccablement vêtu d'une veste et d'une cravate, dans un bureau où Thomas Jefferson allait déguster du vin, avec des portraits d'ancêtres accrochés aux murs - m'a fait valoir, avec juste une légère pointe d'humour dans le regard, que Bordeaux devrait ériger une statue de Parker en l'honneur de ses contributions. C'était le genre de blague sèche qu'il aurait pu faire à ses amis patriciens. Par deux fois au cours des dix dernières années, les Bordelais se sont arrangés pour que les politiciens locaux décernent à Parker une médaille nationale, la plus récente étant la Légion d'honneur, la plus haute distinction française. Elle a été remise à Parker lors d'une cérémonie à Paris en juin de l'année dernière, par le président Jacques Chirac, pour avoir promu les vins français. Parker a accepté la médaille les larmes aux yeux.

Si la réforme est une forme de promotion, Parker a fait la promotion des vins français - et peut-être certaines familles ont-elles estimé qu'il méritait d'être félicité pour cela. Mais il est plus probable qu'elles aient voulu que la médaille soit une reconnaissance publique du fait qu'elles devraient trouver un moyen de vivre avec lui. L'impulsion est bien connue : on donne un badge à un homme quand on ne peut pas le faire taire. Ce n'est pas qu'ils n'aient pas essayé. Au moment de la cérémonie à Paris, les Français avaient poursuivi Parker pour ce qu'il avait écrit, pour ce qu'il n'avait pas écrit, et même pour quelque chose d'intermédiaire - une erreur de traduction. (Une cave que Parker a qualifiée de "dégoûtante" est devenue "dégueulasse" -- littéralement, "nauséabonde", ce qui était plus que ce qu'il avait voulu dire).

Ils l'ont obligé à présenter des excuses publiques officielles. Ils lui ont coûté des centaines de milliers de dollars en frais de justice. Ils l'avaient banni de leurs propriétés, licencié ses amis, monté des campagnes de chuchotement contre lui, et cloué au pilori de nombreuses fois dans les journaux et magazines français.

Pour couronner le tout, grâce à la mise sur liste noire et à un effort coordonné pour le rendre inutile à ses lecteurs, ils avaient exploité une série d'erreurs commises par Parker et avaient presque réussi à le chasser de Bourgogne. L'histoire de l'échec de Parker en Bourgogne est longue et compliquée et n'est pas particulièrement pertinente pour Bordeaux. Mais dans aucun autre pays que la France, rien de semblable ne lui est arrivé. Parker m'a dit qu'il ne voulait pas ressembler à Oliver Stone, même s'il semblait parfois croire aux conspirations. Et peut-être pour de bonnes raisons. Sa vie n'est pas en danger, bien sûr, mais des Bordelais m'ont parlé ouvertement de le piéger pour qu'il soit arrêté pour conduite en état d'ivresse. Parker m'a dit qu'il y a plusieurs années, l'un d'entre eux l'a attaqué avec un chien.

C'était un petit chien, mais agressif. Un soir, Parker était dans sa chambre d'hôtel à Bordeaux, travaillant sur ses notes de la journée, lorsqu'il reçut un appel téléphonique de Jacques Hébrard, le gérant familial d'un célèbre château appelé Cheval Blanc, dont Parker avait qualifié le dernier millésime de décevant. Comme Hébrard est très en colère, Parker accepte de se rendre au château le soir suivant, après son horaire de travail habituel, afin de goûter à nouveau le vin. À l'heure convenue, il frappe à la porte du château. Lorsqu'elle s'ouvre, un schnauzer hargneux en sort, saute en l'air et s'accroche à la jambe de Parker. Hébrard est resté dans l'embrasement de la porte, fixant le visage de Parker sans tenter d'intervenir.

Après plusieurs tentatives, Parker a réussi à se débarrasser du chien, qui a dégringolé dans la nuit. Parker a suivi Hébrard dans un bureau, où il a vu que son pantalon était déchiré et que du sang coulait sur sa jambe. Il demande à Hébrard un pansement. Hébrard traverse la pièce et jette un regard dédaigneux sur la blessure. Sans dire un mot, il se dirigea vers l'autre côté d'un bureau, sortit un exemplaire du Wine Advocate et l'abattit d'un coup sec. Il a dit : "Voilà ce que vous avez écrit sur mon vin !"

Dans son français simplifié, Parker a dit : "C'est pour ça que je suis là. Pour le goûter à nouveau. Parce que tu penses que j'ai tort."

"Eh bien, je ne vais pas vous laisser le goûter à nouveau."

Parker est devenu aussi belliqueux qu'il peut l'être. Il a dit, "Ecoutez. Je suis venu ici à la fin de la journée. Vous avez dit que je pouvais goûter votre vin. J'ai été mordu par votre chien. Si je me suis trompé sur ce vin, je serai le premier à le dire."

Hébrard est sorti en trombe du bureau. Parker pensait qu'il allait devoir se lever et partir. Mais Hébrard est revenu et a dit : "Bon, allons goûter le vin." Parker l'a suivi en boitant jusqu'à la salle de dégustation. Il a été rapide, comme il l'est toujours ; il a goûté le vin deux fois pour être sûr, comme il en a l'habitude, et s'est rendu compte à son grand dam que Hébrard avait raison - le vin était meilleur qu'il ne l'avait pensé. Il est retourné à son hôtel pour laver sa blessure. En tant que critique qui doit souvent condamner les efforts des personnes qu'il apprécie, il a maintenant la tâche tout aussi difficile d'admettre que le travail d'Hébrard est de premier ordre. Pour les familles de Bordeaux, c'était une satisfaction : Parker avait été puni pour son jugement. Avec un peu de chance, il aura une petite cicatrice en souvenir.

10 000 vins par an

LA MAISON DE PARKER, à Monkton, se dresse dans les bois, sur un hummock, à l'écart d'une route étroite, à côté d'un parc national. C'est une structure anonyme, un peu comme les autres éparpillées dans les environs, et selon Parker, c'est à peu près ça. Lorsque je suis allé le voir, il m'a dit qu'il n'aimait pas se faire remarquer, qu'il était heureux de sa renommée mais soulagé qu'elle soit contenue dans les cercles restreints du vin. Il a dit qu'il hésitait à passer à la télévision ou à la radio, parce qu'il avait appris à quel point cela pouvait être mauvais. Une fois, après une heure d'attente, il a eu une interview qui consistait entièrement en ceci : "Bienvenue dans l'émission, Bruce, nous n'avons pas beaucoup de temps, mais, très rapidement, quel est votre zinfandel blanc préféré ?" Monkton est un abri de tout ça.

Après que Parker ait fait l'objet d'un article dans le Baltimore Sun, un de ses voisins lui a dit : "Hé, Bob, je ne savais pas que tu étais une sorte d'expert en vin." Parker a répondu "Ouais" par un haussement d'épaules, parce qu'il veut être un type normal.

Mais bien sûr, il n'est pas un homme ordinaire - plus maintenant. Le succès de Parker lui a fait faire le tour du monde et lui a permis d'élargir ses horizons. Il lui a appris à croire en l'idée de vivre et de laisser vivre - sauf pour ceux qui font du mauvais vin. En même temps, il l'a rendu plus étroit, encourageant un esprit unique particulier qui soutient son travail mais semble l'avoir fermé à des sujets dépassant ses préoccupations immédiates. Il peut se mêler à ses voisins au bureau de poste et parler de politique et de météo, mais même dans ce cas, ce à quoi il pense vraiment, selon sa femme, c'est à la nourriture ou au vin.

Si on lui en donne l'occasion, il devient difficile à suivre, parlant avec enthousiasme de crus obscurs et de plats élaborés avec des noms à rallonge - mais il parle aussi du bon vieux crabe du Maryland. C'est un critique professionnel aux opinions tranchées, mais aussi un simple glouton. Son enthousiasme imprègne son travail. Il aime manger. Il aime boire. Et il ne supporte pas les moralistes qui disent que c'est mal.

Il veut parler des croisés de la tempérance et des nutritionnistes vertueux auxquels on accorde tant d'attention aux États-Unis - des gens qu'il appelle la police du plaisir. Lorsqu'il était avec moi, il n'a pas eu le courage de s'attaquer aux Mères contre l'alcool au volant. Il s'en est plutôt pris à leurs alliés naturels, le Center for Science in the Public Interest, basé à Washington, qu'il a décrit comme s'occupant du "tabou de la semaine".

Il a dit : "Fettuccine Alfredo est dangereux pour votre santé. Le poulet Kung pao va détruire votre vie. Putain de merde, la première semaine c'est un des classiques de la cuisine italienne, la semaine suivante c'est un des incontournables de la cuisine chinoise ! Ce sont ces gens qui font des études pour démontrer que vos repas chinois à emporter sont saturés en graisses..... J'aimerais juste les rencontrer ! Je veux dire, qu'est-ce qu'ils font pour le plaisir ?"

Je lui ai demandé si, dans un monde si affamé, il ne semblait pas complaisant de s'inquiéter des choix proposés sur un menu. C'était une façon détournée d'aborder une question qui me préoccupe toujours : comment peut-on consacrer sa vie à quelque chose d'aussi superflu que le goût du vin ? En fin de compte, il n'y avait pas de réponse à cette question - et Parker n'a pas poursuivi mon raisonnement. Plus tard, il m'a raconté qu'il s'était emporté contre un journaliste qui lui avait demandé comment il pouvait passer autant de temps à goûter du vin : "J'ai dit : "Écoutez, je n'ai pas d'argument à vous présenter. Je suis un homme de bon sens. Je ne serais pas assis ici si je ne pouvais pas le faire. Je sais que vous ne pouvez pas le faire, et que vous ne voulez pas le faire. Mais je peux le faire, et je veux le faire.""

Il était d'humeur plus réfléchi, moins défensive avec moi. Il a dit : "Une partie de la vie consiste à la vivre, à en profiter, et à saisir les moments que l'on trouve particulièrement agréables." Il voulait dire, bien sûr, le plaisir tel qu'il est défini par les repas. J'ai réalisé que je ne pouvais pas lui reprocher cette orientation après tout : il était né avec des papilles gustatives si fortes que cela semblait être une chose biologique.

Il continuait à se qualifier d'hédoniste. C'est un truc philosophique. Il m'a donné un livre intitulé "Profond petit mémoire" de feu A. J. Liebling, le célèbre écrivain du New Yorker, qui est mort en 1963, à l'âge de cinquante-neuf ans. Liebling, lui aussi, était un glouton, et un célèbre provocateur. *Between Meals* était un plaidoyer en faveur des plaisirs simples des bistrotiers de quartier en France. Il commence son livre par ce qui a dû sembler à Parker être des mots qui lui étaient destinés : La première condition pour bien écrire sur la nourriture est d'avoir un bon appétit. Sans cela, il est impossible d'accumuler, dans le temps imparti, suffisamment d'expérience alimentaire pour avoir quelque chose qui vaille la peine d'être écrit. Chaque jour n'offre que deux occasions de travailler sur le terrain, et il ne faut pas les gaspiller en minimisant la consommation de cholestérol.

Liebling pensait qu'il était tout aussi important de faire des recherches sur le sujet du vin. Il a grossi sans broncher et, bien qu'il ait connu des dernières années difficiles, défiguré par la goutte, il a continué à travailler jusqu'au bout sans exprimer de regret. Il écrit : "Aucun homme sain d'esprit ne peut se permettre de se passer de plaisirs débilissants ; aucun ascète ne peut être considéré comme sain d'esprit de manière fiable. Hitler était l'archétype de l'homme abstinent. Lorsque les autres boches l'ont vu boire de l'eau dans la salle de la bière, ils auraient dû savoir qu'il n'était pas digne de confiance."

Parker m'a donné le livre de Liebling parce qu'il aimerait un jour écrire un tel mémoire. Mais les deux hommes sont très différents. Liebling était un acrobate littéraire, un sophistiqué, et finalement un nihiliste du genre alcoolique.

Parker n'est rien de tout cela. Il est un rédacteur technique confronté à des délais serrés. Néanmoins, il partage avec Liebling un enthousiasme non dissimulé pour les repas. Il m'a dit : "J'ai toujours suivi la règle selon laquelle tout ce qui vaut la peine d'être fait vaut la peine d'être fait de manière excessive".

Il voit les conséquences dans le miroir. Il était un bon coureur autrefois, mais il est trop lourd pour cela maintenant. Il fait du VTT pour faire de l'exercice et essaie furieusement de dépasser les jeunes cyclistes sur les sentiers, mais n'y parvient que parfois. Les gens du monde du vin aiment parler de sa santé. En Californie, j'ai récemment entendu dire qu'il avait un cancer de la bouche, ce qui n'est pas le cas. À Bordeaux, on m'a dit qu'il avait un mauvais cœur. Cela vient d'un épisode survenu il y a trois ans, dans un restaurant français de New York, où, au cours d'un repas de dix plats, Parker est devenu grisonnant, en sueur et faible, a entendu un gémissement aigu dans ses oreilles et a même perdu l'appétit. Un cardiologue présent sur place pensait qu'il faisait une crise cardiaque. Parker savait d'une certaine manière que ce n'était pas le cas. Ses amis ont attendu anxieusement pendant qu'une ambulance se précipitait sur les lieux. L'équipe de secours a allongé Parker sur un brancard et l'a transporté à l'extérieur. À ce moment-là, un homme identifié comme étant le gouverneur de New York, George Pataki, est arrivé pour prendre un repas et Parker, levant les yeux au ciel, a donné son dernier bon conseil. Il a dit : "Ne mangez pas les coquilles Saint-Jacques !" Cela aurait fait une belle épitaphe, mais à l'hôpital, les médecins ont découvert qu'il avait un ulcère qui saignait, et ils l'ont facilement rafistolé.

Autrement, Parker ne montre aucun signe de ralentissement. Non seulement il goûte 10 000 vins par an, mais il enregistre la sensation de chacun d'eux dans une mémoire gustative permanente. Lorsque je l'ai interrogé sur les aspects mécaniques de son travail, il m'a répondu sans ambages qu'il se souvenait de tous les vins qu'il avait dégustés au cours des trente-deux dernières années et, à quelques points près, de toutes les notes qu'il avait données. Cela représente plusieurs centaines de milliers de souvenirs pertinents, qu'il peut apparemment invoquer à volonté. Il a dit qu'il n'avait aucune idée de la manière dont il y parvenait, si ce n'est peut-être par une concentration intense lors de la dégustation du vin. Il a dit : "Un vin entre dans ma bouche, et je le vois. Je le vois en trois dimensions. Les textures. Les saveurs. Les odeurs. Elles me sautent aux yeux. Je peux goûter avec une centaine d'enfants hurlants dans une pièce. Quand je mets mon nez dans un verre, c'est comme une vision en tunnel. Je passe dans un autre monde, où tout ce qui m'entoure a disparu, et où chaque parcelle d'énergie mentale est concentrée sur ce vin." Après coup, il ne peut s'en empêcher - il se souvient tout simplement.

En conséquence, il possède des connaissances qui dépassent celles de tout autre critique vivant : il se souvient non seulement de tous les vins français qu'il a dégustés, mais aussi de tous les vins d'Allemagne, d'Espagne, d'Italie, du Chili, d'Australie, des États-Unis et de Nouvelle-Zélande, entre autres pays. En tant que juge unique attribuant des notes à tous les vins, il compare implicitement tous ces vins entre eux, comme le ferait un consommateur dans un magasin. C'est là que son expérience lui donne un avantage intellectuel : beaucoup d'autres critiques attribuent également des notes, mais ils sont limités par l'étroitesse de leur expérience ou neutralisés par le consensus des comités. Ils font des jeux de mots amers sur la "masse critique" de Parker, parce que, c'est vrai, il est une force qui se déchaîne en leur sein, un homme qui domine leur domaine. Il est facile de comprendre pourquoi ils se méfient de lui. Mais quand ils l'accusent de despotisme, c'est plus difficile.

Il semble osciller entre le regret et l'arrogance quant à la position dans laquelle il se trouve. En principe, il ne croit pas qu'il faille imposer sa volonté aux autres, mais dans la pratique, il le fait souvent. Il m'a dit qu'il était conscient de cette contradiction et qu'il était d'accord avec les personnes qui se demandent si un seul homme devrait détenir un tel pouvoir. Ses commentaires sont devenus compliqués par la certitude qu'ils seront lus comme plus que des opinions franches. Lorsqu'il écrit qu'un vin est "un secret d'initiés", cela devient instantanément tout le contraire. Une critique positive et une note supérieure à 90, surtout pour un vin produit en petites quantités, peuvent déclencher une spéculation qui fait grimper les prix en flèche et fait disparaître le vin des magasins -

exactement le genre de chose que Parker, en tant que défenseur des consommateurs, aimerait combattre. Pire encore, un commentaire critique ou une mauvaise note peuvent également être exagérés et avoir des conséquences financières désastreuses pour le producteur. C'est le côté malheureux de l'exploit de Parker. Quoi qu'il en soit, Parker semble souhaiter que le monde ne le prenne pas autant au sérieux. Mais, bien sûr, il ne se laissera pas faire et ne disparaîtra pas.

Techniquement, il ne serait pas le plus grand dégustateur du monde, si une telle personne pouvait exister. Il y a d'autres dégustateurs qui ont un aussi bon palais, qui sont mieux formés en viticulture ou en œnologie, ou qui ont lu plus d'histoire. Mais le vin est un sujet si vaste que l'expertise en son sein doit être définie par des frontières : il existe des spécialistes des régions qui peuvent identifier les vins plus précisément que Parker, et des spécialistes des sous-régions qui peuvent faire encore mieux. Parker est celui qui a l'esprit pratique. Dix mille vins, c'est peu dans un secteur qui en produit 12 000 rien qu'à Bordeaux : ceux sur lesquels il se concentre sont les vins fins - qui coûtent généralement plus de 20 dollars la bouteille - que les Américains peuvent acheter et qu'ils ont envie de boire. C'est uniquement dans cette catégorie que Parker est l'un des meilleurs dégustateurs du monde.

C'est quand même une grosse demande. En reconnaissance de son talent particulier, Parker a réussi à ajouter une clause à son assurance invalidité -- un paragraphe qui assure son sens olfactif, son "nez", pour un million de dollars. Il m'a dit qu'il avait souscrit cette police après avoir rencontré un critique européen qui avait perdu sa capacité à sentir et donc à goûter. J'ai mentionné qu'étant donné l'ampleur de la carrière de Parker, un million de dollars semblait être une petite somme. Il était d'accord et a dit qu'il n'avait pas réussi à obtenir de l'assureur un montant plus élevé. Il a ri et a dit : "Je suis sûr que si je faisais une réclamation en disant que je ne pouvais plus goûter, ils me feraient passer des tests assez odorants". Le genre de tests, dit-il, qui ferait froncer le nez d'un homme.

Pour l'instant, ses sens sont en bonne santé. S'il a le choix, il préfère déguster des vins rouges tanniques ou complexes le matin, lorsqu'il est au mieux de sa forme, et finir la journée avec des vins blancs relativement simples. Il se tient debout, pour être vigilant. Il vérifie la propreté du verre. S'il a des doutes, il y souffle de l'humidité et renifle les odeurs résiduelles - savon, chlore, bois ou carton.

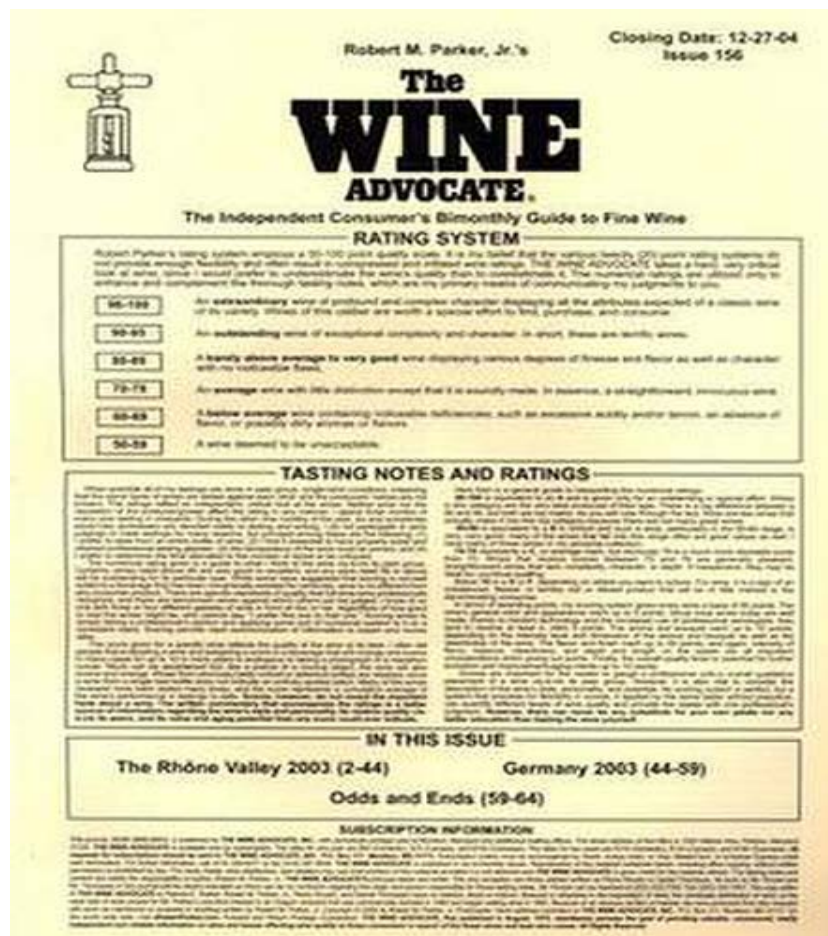
C'est ce qu'il appelle "le test de l'expiration Parker", comme s'il avait déposé un copyright sur ce terme. Si le verre n'est pas propre, il le rince avec de l'eau en bouteille et le sèche. Il verse le vin. Puis, la main sur la hanche, il soulève le verre, regarde le vin, le sent, le fait tourner, le met dans sa bouche, enroule sa langue autour, aspire bruyamment de l'air pour l'agiter, répartit le vin dans sa bouche et pousse les vapeurs dans le fond de son nez. Il hésite un instant, puis recrache le vin et se concentre sur les goûts résiduels. Il prend quelques notes, ou marmonne ses commentaires dans un magnétophone, puis répète le processus pour vérifier ses impressions.

Même ses détracteurs admettent qu'il est d'une constance phénoménale - qu'après avoir décrit un vin une fois, il le décrira presque de la même manière s'il le déguste à nouveau "à l'aveugle" (sans se référer à l'étiquette), et que ces descriptions s'inscrivent parmi d'autres qu'il fait dans la constellation des vins. En théorie, une telle constance permet aux lecteurs expérimentés d'étalonner leur palais par rapport au sien et de faire des choix éclairés même s'ils ne sont pas d'accord avec lui. En réalité, la plupart des lecteurs ne regardent probablement que les notes. Parker est devenu si sûr de ses jugements qu'il aime souligner ses erreurs - en partie parce qu'il n'en fait pas beaucoup. Les histoires sur ses capacités naturelles abondent. On m'a raconté, par exemple, qu'au cours d'une réunion informelle à Bordeaux, quelqu'un a tendu à Parker un verre de Sauternes et qu'après en avoir bu une gorgée, il a fait remarquer avec désinvolture que ce vin lui rappelait un certain vin qu'il avait goûté dix ans auparavant, ou du moins la façon dont ce vin avait pu évoluer. L'intérêt de l'histoire, bien sûr, est qu'il avait vu juste, et que c'était un événement ordinaire pour lui.

Les Bordelais aimeraient croire que son talent est déconnecté de ses connaissances ou de son intelligence. Ils voudraient croire que Parker est un savant idiot.

Cette caractérisation agace Parker, qui rappelle qu'il a déjà été avocat pour les banques de crédit agricole de Baltimore - une défense particulièrement faible, minée par son aveu que ce travail était ennuyeux. Il semble probable que les Bordelais aient au moins en partie raison, que Parker ait un étrange génie de l'odorat et du goût, qu'il a découvert par chance sur lui-même. Il appelle cela une "capacité privilégiée", mais, en véritable Américain, il tient à préciser qu'il l'a également exploitée. C'est de bonne guerre, car c'est un travailleur acharné. Pendant environ un quart de l'année, il se rend dans les principales régions viticoles du monde, où il se débarrasse de toute envie de socialiser ou de faire du tourisme et se consacre à la dégustation intensive de vins toute la journée, tous les jours. Il visite les vignobles et fait également transporter les vins à un point central - un hôtel, par exemple - où il peut en déguster plus d'une centaine en une journée sans perdre de temps sur la route à se rendre dans les vignobles.

Ce qu'il fait ressemble à une machine. Lorsqu'il est chez lui dans le Maryland, il continue de travailler au moins six jours par semaine, dégustant, classant et rédigeant des notes à un rythme effréné. C'est une nécessité. S'étant imposé comme un chien de garde et s'étant engagé à respecter les rigueurs d'un calendrier de publication régulier, Parker a été pris au piège par les mathématiques de l'élargissement des attentes : non seulement il doit goûter le nombre toujours plus grand de vins de chaque nouveau millésime, mais, parce que les vins en bouteille perdurent et évoluent, il doit également goûter à nouveau un nombre croissant de vieux vins. Bien sûr, il laisse tomber certains vins en cours de route, mais les obligations s'accroissent quand même. De plus, pour pouvoir établir des comparaisons valables - la notation transversale qui est si utile à ses lecteurs - il est condamné à travailler en grande partie seul. Son éditeur à Paris m'a dit qu'il considérait parfois Parker comme une figure tragique, comme un personnage d'une pièce classique. Lorsque j'ai interrogé Parker à ce sujet par la suite, il m'a répondu que son éditeur avait tort. En effet, l'une des clés de son succès est son enthousiasme soutenu et presque enfantin pour son travail. Mais il est vrai qu'il est confronté à des dilemmes.



Les mathématiques qui le piègent l'aident aussi. Grâce à elles, la production de Parker est énorme.

En plus des quelque 350 pages de nouvelles informations requises chaque année pour The Wine Advocate, il compile et développe ses notes pour créer d'imposants guides d'achat de vins, dont onze ont été publiés à ce jour dans différentes éditions, sur diverses régions.

Ces livres ont été traduits en cinq langues et ont atteint la liste des meilleures ventes dans plusieurs pays, dont la France. Pour Parker, ils ont été une aubaine - générant plus de revenus que le Wine Advocate, à peu de frais supplémentaires, et faisant de lui un homme riche à sa façon. Il est franc au sujet de sa bonne fortune : il était pauvre avant, et il est heureux de ne plus l'être. Néanmoins, ce qui est inhabituel chez Parker - cet Américain à l'œuvre dans le monde - c'est que pour lui l'argent reste intrinsèquement sans intérêt.

Le côté obscur du vin

La personne qui m'a le plus clairement fait comprendre ce point est Pierre-Antoine Rovani, un homme de trente-six ans, réputé pour être un brillant dégustateur, qui a été engagé par Parker il y a quatre ans, en partie pour couvrir la Bourgogne hostile, où Parker lui-même ne s'aventure plus que rarement, et qui se débat depuis lors avec la tâche peut-être impossible d'établir une voix indépendante mais intégrée au sein du Wine Advocate. Rovani est un homme sardonique, avec une barbichette et des yeux pétillants, fils de fonctionnaires français, élevé et éduqué à Washington, D.C., où il vit aujourd'hui. L'argent l'intéresse intrinsèquement. Il a obtenu un diplôme en économie et a travaillé comme consultant en affaires pendant plusieurs années (il a également été, de manière improbable, correspondant à la Maison Blanche pour l'agence de presse saoudienne) avant de se lancer dans la vente de vin au détail et de faire le saut aux côtés de Parker. Lorsque je l'ai rencontré, au printemps dernier à Georgetown, il m'a dit qu'il avait brûlé les ponts et qu'il ne pourrait jamais revenir au commerce de détail.

Je n'en doutais pas, car il semblait avoir une vision sceptique du commerce et avait l'habitude de dire ce qu'il pensait. Pendant plusieurs heures, il m'a parlé du côté obscur du vin - pots-de-vin, dessous-de-table et fraudes de toutes sortes. Il y voyait de l'humour. Il disait : "On jette les mauvais produits sur Park Avenue. Si la bouteille dit 'Grand Cru', ou 'Premier Grand Cru', ou 'Pomerol', ou, vous savez, s'il y a un mot dessus qu'un type riche reconnaît ...".

"Vous pouvez le vendre", ai-je suggéré.

Il a acquiescé. "En petites quantités. Dans un endroit comme New York. Où il y a beaucoup d'idiots. Tu peux t'en tirer avec ça."

Vous pouvez aussi, si vous avez un stock de mauvais vin, sortir vos ciseaux, trouver un numéro pertinent de The Wine Advocate et, avec un peu de ruban adhésif et une photocopieuse, améliorer la note. M. Rovani a mentionné un magasin de New York qui avait récemment fait cela, en envoyant des notes et des commentaires de dégustation modifiés avec sa documentation promotionnelle. Le travail était si mal fait dans ce cas que l'impression trafiquée était de travers sur la page.

Rovani semblait amusé par cela. J'ai eu l'impression qu'il sympathisait avec le propriétaire du magasin. En tout cas, il semblait avoir une meilleure perception que Parker des réalités commerciales sur le terrain, où l'un des grands problèmes est de savoir comment gérer une surproduction annuelle de vin dans le monde qui s'élève à environ 25 %. Cet excédent n'a pas été autorisé à faire baisser les prix, comme il aurait dû le faire pour assurer la santé du secteur à long terme. Cela s'explique en partie par le statut résiduel du vin en tant que boisson d'élite. Pour les professionnels du secteur, il est important de maintenir cette image, non seulement pour des raisons commerciales, mais aussi pour des raisons de prestige personnel. Chaque étape du commerce est impliquée dans l'établissement de prix élevés, mais en fin de compte, ces prix ne peuvent être maintenus que par les détaillants et leurs efforts de vente.

Le problème pour les détaillants est que le vin - contrairement aux chambres d'hôtel luxueuses et aux autres produits hyperinflatés généralement considérés comme des dépenses professionnelles - est généralement payé directement de la poche du consommateur. Cela rend le commerce effrayant, en particulier dans le haut de gamme, où se trouve The Wine Advocate. La vérité est que même les meilleurs vins ne coûtent qu'environ 10 dollars par bouteille à produire,

et ils ne sont pas intrinsèquement rares. Si l'on triple le coût initial pour tenir compte des bénéfices réalisés tout au long du processus de distribution, on peut raisonnablement conclure que les prix de détail supérieurs à 30 dollars sont basés sur la spéculation, l'image et le battage publicitaire.

Rovani a mentionné un Bordeaux appelé Le Pin, qui se vend dans les millésimes récents entre 600 et 1 000 dollars la bouteille. Je lui ai demandé quel genre de personne pourrait l'acheter. Il a haussé les épaules. "Écoutez, c'est un jeu. Comment se fait-il qu'à un certain âge, les hommes commencent à acheter de petites voitures de sport, ou le bateau à cigares qui fait tant de bruit - ou ils ont la femme trophée. Combien de ces gars ne boivent même pas le vin ? Ils vous appellent et vous disent : "J'ai vingt caisses de Lafite, vingt caisses de Le Pin...". Ce sont des trophées qu'ils collectionnent". Il a décrit des conférences téléphoniques avec trois ou quatre agents de change concurrents, faites lorsqu'il était détaillant, au cours desquelles il a vendu pour un demi-million de dollars de vins.

Ces hommes sont des cas extrêmes, tout comme Le Pin, mais ils ont donné le ton au commerce des vins fins. Parker dénonce publiquement les prix élevés comme "l'agression légalisée du consommateur", mais en privé, il admet que les victimes sont généralement trop disposées à se faire agresser. Il a déclaré : "Je connais des collectionneurs possédant quarante mille bouteilles qui, si vous leur versiez un verre de Bourgogne Gallo Hearty, ne verraient pas la différence.

Je connais des collectionneurs qui, croyez-moi, si vous mélangez du Kool-Aid à du merlot chilien bon marché, ils le goûteraient et diraient : "Eh bien, oui...".

Dans un monde comme celui-ci, une petite retouche des notes de dégustation ne semble guère importante. Rovani a décrit le secteur comme un jeu de chaises musicales, dans lequel les acteurs de la chaîne de distribution se bousculent pour éviter de se retrouver avec le stock. Je lui ai demandé ce qu'il pensait du métier d'importateur. Il m'a répondu : "Comment c'est ? Vous transpirez. Très tôt le matin, à cause du décalage horaire, les fax commencent à arriver, et il faut jouer toute son affaire parce que les chiffres sont très élevés. Si c'est un bon millésime, vous ne pouvez pas vous asseoir dessus, car vous perdriez votre clientèle. Alors vous jouez."

Il m'a proposé de me montrer à quoi ressemble le pari : rien qu'à Washington, il y a deux grands entrepôts empilés du sol au plafond avec des vins hors de prix qui ne peuvent pas être rendus et qui vont bientôt commencer à décliner. Pour quiconque s'intéresse à l'argent, c'est un spectacle impressionnant. La seule issue est d'avancer courageusement encore une fois, et d'entrer dans les magasins, où finalement le client se retrouve debout et cligne des yeux devant le prix qu'il vient de payer pour la bouteille qu'il a en main. Les détaillants se félicitent de la vigueur de l'économie. Les vins fins se vendent bien, mais la structure qui les soutient est fragile. Tout au long de la chaîne d'approvisionnement, les gens craignent un effondrement, car ils ont dû investir massivement dans des actions dont chacun sait qu'elles sont largement surévaluées. Un effondrement n'aurait pas l'air grand-chose dans le magasin. Mais une réduction de quelques dollars seulement du prix que le marché est prêt à payer écraserait les entreprises du monde entier.

Rovani accueillerait favorablement une telle "correction", car il est un économiste qui croit aux nécessités du marché. Parker l'accueillerait volontiers, car il est un éthicien qui s'oppose à la spéculation sur le vin.

Cela met en évidence une différence fondamentale entre les deux hommes. Rovani, qui est salarié, s'irrite parfois de ce qu'il considère comme le manque d'intérêt de Parker pour la valorisation de sa propre entreprise. Il m'a mentionné, par exemple, que The Wine Advocate n'a jamais eu de budget marketing, qu'il n'a pas fait l'objet d'une

promotion significative, même dans les guides de Parker, et que, selon lui, les redevances que Parker a acceptées pour les ventes de ses livres à l'étranger sont ridiculement faibles. Il a déclaré : "Bob est extrêmement travailleur, extrêmement loyal, honorable, un parent formidable, un brillant dégustateur de vin. Mais les affaires ne l'enthousiasment pas. Lorsque j'essaie de lui parler du Guide de l'acheteur de vin français, ou des questions contractuelles, il en parle pendant deux ou trois minutes, puis on voit que ça l'ennuie. Il changera de sujet pour dire quand on pourra se réunir et aller manger des dim sum." Rovani semblait regretter plutôt que de s'énerver. Il savait que la faiblesse qu'il décrivait était aussi la force de Parker. Il était résigné à cette frustration. Il haussa les épaules et déclara : "L'argent n'est pas ce qui le passionne. Et la clé de Bob Parker, c'est la passion."

Un innocent à l'étranger

PARKER est né en 1947 dans une famille de producteurs laitiers, à quelques minutes de route de l'endroit où il vit aujourd'hui. Ses parents ne buvaient pas de vin. Ils ne buvaient pas de lait. Ils buvaient des boissons gazeuses. Parker était leur seul enfant. Quand il avait quatre ans, ils ont construit une maison en bas de la route et ont quitté la ferme. Le père de Parker s'est mis à vendre des équipements de construction lourds, un travail dans lequel il excellait parce qu'il avait un bon contact avec les gens et n'avait pas peur de conduire. C'était un type ordinaire avec une qualité inhabituelle : il avait un sens aigu de l'odorat. Il pouvait sentir l'ail dans l'haleine d'une personne à l'autre bout de la pièce. Le jeune Parker avait le même don, mais il ne réalisait pas que c'était quelque chose de spécial.

Il a eu une enfance américaine typique. Il a fréquenté les écoles publiques, a eu quelques bicyclettes et a beaucoup joué au football. À l'âge voulu, il a découvert les filles et appris à conduire. Il est allé à Washington plusieurs fois. Il est allé à Baltimore. Mais Monkton était son monde. Et ce n'était pas le genre d'endroit où l'on boit du bon vin. Le lycée s'appelait Hereford. C'était un bâtiment en briques dans un champ, fréquenté par des mécaniciens de chantier et des futurs fermiers d'Amérique. Parker n'était pas tout à fait comme eux, mais il jouait bien au foot, et il avait un nombre normal d'amis. Il faisait partie des "enfants intelligents" inscrits dans un petit programme destiné aux étudiants en voie d'obtenir un diplôme universitaire, dont la principale qualification semblait être que leurs pères ne travaillaient pas de leurs mains. En seconde, Parker est tombé amoureux d'une camarade de classe, une jeune fille pleine de vie nommée Pat Etzel, qui est aujourd'hui sa femme. Ils ont obtenu leur diplôme ensemble dans la classe de 1965 - une cuvée typique de Monkton, sans grande distinction, bientôt diminuée par la perte de deux garçons au Vietnam. Le jour du dix-huitième anniversaire de Pat Etzel, Parker a goûté pour la première fois au vin. C'était doux, pétillant, du canard froid fortifié, et ça l'a fait vomir.

Pat est partie étudier le français dans une université pour femmes à Frederick, dans le Maryland. Afin de rester près d'elle, Parker a accepté une bourse de football pour un an dans une université du nord de la Virginie, puis a été transféré à l'université du Maryland à College Park, où il a étudié l'histoire et l'appréciation de l'art. C'était un jeune homme costaud avec des favoris et des cheveux longs - un type solitaire mais affable qui, comme beaucoup d'hommes de son âge, devait attendre pour grandir. Il s'opposait vaguement à la guerre au Vietnam. En raison d'une blessure temporaire au genou, il se fait exempter définitivement du service militaire. Il a enfin trouvé le courage de dire à son père qu'il n'aimait pas la chasse. Faute d'intérêts académiques réels, il opte pour une carrière dans le droit. Il est parfois d'un sérieux étonnant qui laisse deviner sa capacité de concentration. Mais il aurait été difficile de juger de son intelligence. Il avait de bonnes notes, mais c'était une page blanche.

Puis vint l'automne 1967, lorsque Pat partit pour une année d'études à Strasbourg, en France. Parker m'a dit que les parents de Pat n'approuvaient pas alors sa relation avec lui, et qu'ils espéraient que cette séparation la persuaderait de rompre. Parker craignait qu'elle ne le fasse. Sa jolie petite amie était devenue une femme d'une beauté saisissante, svelte et gracieuse, avec un visage vif et anguleux souligné par des yeux verts malicieux, et maintenant elle s'était aventurée dans un monde invisible rempli d'hommes étrangers. Parker n'avait eu que peu de contacts avec elle pendant l'automne - quelques lettres tardives et des appels téléphoniques précipités - et il était de moins en moins sûr de ses sentiments. Pourtant, ils avaient prévu de se retrouver à Paris pour les vacances de décembre.

Ce voyage a été une grande idée pour Parker. Il est encore tout excité quand il en parle. Jusqu'alors, il n'avait voyagé que jusqu'à New York, en train, et il n'avait jamais pris l'avion. Son père, qui lui avait souvent sermonné sur l'importance d'avoir des chaussures cirées, a fait acheter à Parker une chemise blanche et un costume trois pièces sombre pour le vol. Pendant le court trajet entre Baltimore et New York, Parker se renverse du café sur lui. Pendant le long vol à travers l'Atlantique Nord, il s'est assis à côté d'un étudiant de Harvard, habillé de façon décontractée, qui a eu la politesse de ne pas faire de commentaires sur les taches de Parker. Ce type parlait un français impeccable et avait une mère qui l'attendait dans un quartier connu de Paris. Il était capable d'offrir à Parker des opinions fascinantes sur les meilleures destinations européennes. Il était très déprimant. Il n'imaginait pas que Parker n'avait jamais pris l'avion.

Alors que le jour se transforme en nuit, Parker commence à broyer du noir. Et s'il avait manqué Pat dans la foule à l'aéroport ? Pire, et si elle n'avait même pas pris la peine de venir ? Ou si elle était venue mais qu'elle ne l'aimait plus ? Parker ne connaissait pas grand chose au monde, mais il avait entendu parler des amoureux français.

Il pensait que c'était les mêmes gars qui avaient développé le French kiss - et ce n'était probablement que le début. Il a commandé deux whiskies et s'est endormi en buvant.

La compagnie aérienne lui a donné une chambre d'hôtel à Rome, mais il était trop éveillé pour y rester. Il a visité un bar. Il a erré dans les rues. Il est caractéristique de Parker que sa première impression forte de l'Europe ait été une odeur, et qu'il l'ait identifiée précisément. C'était la puanteur de l'urine de cheval émanant d'un campement gitan près du Colisée. À l'aube, il regarde Rome s'animer pour une nouvelle journée chaotique. Il était fasciné par la densité de la culture de la rue, et par son lien occasionnel avec l'histoire. Il était fasciné par les gens, les sons et le mélange architectural. Il n'a pas reculé devant l'étrangeté de la scène, comme le font souvent les provinciaux, en comparant Rome à leur maison ou en fronçant les sourcils. Il s'est ouvert complètement. Il a respiré l'Europe. Il l'a bue.

L'ambiance a perduré et est devenue en quelque sorte permanente. Le fait que quelques heures plus tard, la compagnie aérienne ait pu le déposer dans un Paris encore brumeux et que sa belle Pat l'y attendait, qu'elle l'aimait beaucoup, qu'elle parlait bien le français et qu'elle voulait lui servir de guide, a aidé. Elle l'a emmené en métro jusqu'au Trocadéro, lui a fait monter les marches à reculons jusqu'à la rue et l'a fait tourner pour lui offrir sa première vue dégagée de la ville : c'était une vue de la tour Eiffel, qui se dressait gracieusement sur la rive opposée de la Seine. "Wow !" a dit Parker, comme il le fait encore souvent.

Le jeune couple a séjourné dans un hôtel bon marché dans le Quartier latin, un petit endroit miteux appelé le Danube. Pendant plusieurs jours, ils se sont promenés dans Paris. Parker m'a dit qu'il ne s'en lassait pas. Il était au paradis. Le soir, dans les restaurants du quartier, Pat s'amusait à commander des escargots, des cuisses de grenouilles, des moules, des pâtés gras et des fromages odorants - des aliments qui auraient dû dégoûter un enfant de Monkton mais qui, dans ce cas, ne l'ont pas fait.

Aucun d'entre eux n'aurait pu deviner que Parker avait l'un des plus grands palais du monde, ou qu'avec ces petits repas intimes, il pourrait s'engager sur la voie de la gloire et du pouvoir. Cela aurait été ridicule. À propos de la nourriture, Parker a dit : "C'est bon !" et s'est arrêté là, comme le ferait un type normal.

Il était seul avec Pat Etzel à Paris et féroce amoureux. Est-il surprenant qu'il ait appris à aimer le vin ? Le vin qu'ils ont commandé avec leurs repas était le moins cher qu'ils aient pu trouver, servi en carafe, rouge pâle, agréablement alcoolisé et sans particularité selon les critères actuels de Parker, mais il ne ressemblait à rien de ce qu'il avait goûté auparavant. Parker m'a dit qu'il avait été immédiatement fasciné par cette boisson. Il s'agissait d'une boisson qui semblait compléter la nourriture et favoriser la conversation, qui lui procurait un sentiment d'euphorie mais ne le rendait pas ivre, et qui ne lui brouillait pas la vue comme l'alcool ou ne le gonflait pas comme la bière. Il

est difficile d'imaginer ses sensations les premières fois qu'il l'a mis en bouche. Ce n'était pas sucré comme le bourbon ou le soda. Avait-il un goût de fruit, comme on le disait ? C'était peut-être un peu astringent. Parker n'avait pas le vocabulaire nécessaire pour démêler la confusion des goûts. Au début, il a idéalisé le vin. Il aimait l'idée qu'il était un produit de la culture française, un artefact authentique mais accessible et destiné à être partagé. À mesure qu'il passait sur sa langue, il sentait qu'il était chargé de significations qu'il ne comprenait pas. Mais ses réactions immédiates étaient généralement directes. Chaque soir, le vin était différent, et chaque soir, il semblait fonctionner. "Ce truc est bon !" Au-delà de ça, il ne savait pas grand chose.

Pat l'a emmené à Strasbourg, où son éducation s'est poursuivie. Parker m'a raconté comment, dans la campagne froide et grise du nord-est de la France, il avait été choqué par les traces persistantes, après tant d'années, des deux guerres mondiales - les bâtiments encore marqués de trous ou en ruine, les infirmes dans les cafés et les trains, les monuments des villages gravés de longues listes de morts, regroupés par nom de famille. La destruction était pire que tout ce que Parker avait imaginé, et il a réalisé à quel point il avait été protégé. Il savait que les États-Unis s'étaient battus durement et efficacement pour libérer cette terre, mais il ne se gonflait pas d'orgueil national et ne se laissait pas aller, comme d'autres le font, à dénigrer sournoisement les Français pour leurs revendications de résistance. Il s'est rendu compte que les batailles seules ne pouvaient pas expliquer de telles cicatrices. La signification de la résistance n'était pas martiale - c'était l'obstination sous-jacente qui avait permis aux Français ordinaires d'émerger d'une apocalypse avec leurs attitudes envers la vie encore largement intactes. Parker les admirait pour cela, et avait d'autant plus de raisons chaque soir d'apprécier leur vin.

Pat avait rencontré un médecin à Strasbourg, qui avait invité le jeune couple à partager quelques repas avec lui dans les meilleurs restaurants locaux. Le docteur était un gourmet et un homme généreux, et il aimait les initier à la tradition du dîner de trois heures, et à des goûts qui dépassaient leurs moyens. Pour Parker, qui est très sensible, ces repas ne sont pas seulement des plaisirs mais de profondes révélations. Il a commencé à se concentrer sur la nourriture d'une manière qu'il ne savait pas possible auparavant. Il a également dégusté ses premières bouteilles de très bon vin. Il commençait déjà à distinguer les goûts. En France, on raconte qu'après avoir bu un certain vin, il a levé les yeux au ciel et a dit : "Oh, c'est bon ! Il y a un petit goût de pamplemousse là, et un petit goût de citron, et un petit goût de ...". Le docteur l'aurait regardé et aurait remarqué : "Savez-vous que vous venez de définir les principaux composants d'un Riesling ?". Et Parker aurait compris à ce moment-là qu'il avait les talents d'un prodige.

L'histoire est trop bien ficelée pour être tout à fait vraie, mais en substance, elle est exacte : après ces repas à Strasbourg, Parker ne pouvait plus faire demi-tour. Son séjour en France a duré six semaines, avec un interlude désagréable de mauvaise nourriture en Allemagne.

Lorsqu'il est temps pour lui de rentrer chez lui, Pat et lui retournent à Paris, avec l'intention de dépenser le reste de son argent de vacances dans un dernier repas gastronomique. Ils ont choisi Maxim's, un restaurant trois étoiles de la rue Royale, connu comme un bastion de la cuisine française classique. Ils se sont installés dans leur hôtel bon marché. En préparation du dîner, Pat a repassé le col de la chemise blanche délavée de Parker entre deux livres, et a brossé les plis de leurs meilleurs vêtements. Parker a consciencieusement ciré ses chaussures.

Ils arrivent chez Maxim's, et après qu'un serveur typiquement dédaigneux ait accroché le manteau en tissu de Pat sur un support chargé de fourrures, le couple est banni dans une salle à manger secondaire pleine d'étrangers, et assigné à une table avec une lampe électrique vacillante. Lorsque Parker s'est plaint de la lampe, un serveur désapprouvateur a essayé de la réparer et a reçu une décharge qui l'a fait tomber par terre. Pour ne rien arranger, les deux Américains ont du mal à se retenir de rire. Mais ils se sont calmés, et après un moment, ils ont commandé leur repas. Le photographe du restaurant est arrivé et a pris une photo, qu'ils ont gardée, d'un Pat souriant et d'un Parker plus sombre dans son costume, regardant au loin avec une expression timide et pensive sur son visage. Le Maxim's se

transformait en une autre leçon pour lui. Le vin qu'ils buvaient était trop cher. La nourriture était plus belle qu'elle n'avait de goût. Le dessert était une jolie petite tarte si dure qu'elle a volé sous le couteau de Parker, s'est envolée de la table et s'est accrochée au pantalon d'un serveur qui passait. Lorsque Parker a emmené Pat danser sur la petite piste du restaurant, le maître d'hôtel s'est approché et a expliqué avec regret que la couleur des chaussures cirées de Parker était d'un brun inapproprié. Pat a ramené Parker à leur table. Puis vint l'addition.

Terroir et tradition

Trente-deux ans plus tard, il y a des familles de viticulteurs en France qui estiment que Parker les fait encore payer. Au printemps dernier, près de la ville de Bordeaux, j'ai parlé à l'un des producteurs les plus puissants du secteur, un homme d'affaires aux manières formelles, qui ne voulait pas que je cite son nom. Pendant un moment, il a fait semblant d'être l'ami de Parker, mais finalement, il n'a pas pu empêcher sa colère de se manifester. Il a fermé la porte de son bureau contre les secrétaires à l'extérieur, s'est tourné vers moi et m'a dit : "Monsieur, connaissez-vous Robert Parker ? L'avez-vous rencontré ?" Sa voix était profonde et résonnante. "Monsieur, vous ne croyez sûrement pas qu'un tel homme se contente de déguster des vins ! Vous ne croyez pas qu'il ignore le contexte politique de son travail ! Non, monsieur, Robert Parker sait précisément ce qu'il fait. Et il a ses raisons."

J'étais intriguée. Allait-il me dire que Parker était là pour l'argent après tout ? Qu'il avait des alliés cachés ? Des réunions secrètes ? Des accords avec des gouvernements ? Je lui ai demandé de m'expliquer.

D'une pile de papiers sur son bureau, il m'a glissé un fax que quelqu'un venait de lui envoyer. C'était une page d'un récent Wine Advocate, une enquête sur les vins australiens. Il a fait un geste de ses mains et m'a regardé d'un air sombre pendant que je jetais un coup d'œil sur ce que Parker avait écrit. Cela n'a pas pris longtemps. Il avait tellement aimé certains vins australiens qu'il les avait notés dans les années 90. J'ai levé les yeux au ciel et j'ai dit : "Mais vos propres vins sont bien notés aussi."

Là n'est pas la question. Ses propres vins étaient traditionnels, et ceux-ci ne l'étaient certainement pas. Il considérait la comparaison même comme une trahison de Bordeaux. Il a dit, "Bob est un homme grand et dramatique, avec des goûts grands et dramatiques. Mais nos vins sont censés être rouges, pas noirs." Il a brandi son stylo, un Mont Blanc noir brillant, pour me montrer la couleur des vins qu'il pense être ceux que Parker préfère. Il a dit : "Je le connais depuis vingt ans, mais je ne lirai plus ce qu'il écrit. Il veut nous conduire sur le chemin de la destruction".

C'est Bordeaux, un endroit tellement ancré dans la tradition qu'il n'est pas rare de trouver des gens qui regrettent activement la Révolution française. Lorsque j'ai raconté l'histoire des vins australiens à Rovani, il m'a dit : " À quoi vous attendiez-vous ? Ces gens possèdent la ville. En fin de compte, quand c'est votre affaire, à quel point aimez-vous le grand dadais du nord du Maryland qui vous évalue ? Parce que votre jeu est le contrôle."

Rovani ne couvre pas Bordeaux, mais il le connaît bien et semble apprécier la scène. Il m'a raconté une conversation qu'il a eue un jour avec un puissant propriétaire de château de la région. "Je lui ai demandé comment il avait commencé à s'intéresser au vin et il m'a répondu : "Après avoir terminé mes études, mon père n'avait vraiment rien d'important à m'offrir, alors il m'a donné...". Rovani a nommé un château célèbre. Il rit. "Je veux dire, ce truc vaut des millions !"

J'ai dit : "Et quand il te dit ça, est-ce qu'il se rend compte qu'il est..."

Rovani m'a interrompu. "Qu'il parle à un type qui joue avec ses dettes de cartes de crédit ? C'est au-delà de ça. Ça n'a pas d'importance. Je ne suis pas dans sa vie, tu vois ce que je veux dire ?"

"Oui, mais est-ce qu'il réalise qu'il joue un rôle ?"

"Je me demande toujours. Je me demande toujours jusqu'où ces gens peuvent aller."

À Bordeaux, la réponse à cette question dépend de la relation d'une personne avec la bonne catégorie de vin. C'est un endroit où les étrangers vous demandent votre année de naissance pour établir non pas votre âge mais le millésime associé. Parmi les grandes familles du vin, j'ai rencontré un homme qui souriait de sa position dans la vie - mais il venait de se remarier. Les autres ne souriaient pas. Ils appartenaient à une société rigide et autoréférentielle, semblable à une aristocratie héréditaire mais d'essence mercantile, et façonnée d'une manière particulière par les classements officiels des quelque deux cents meilleurs châteaux, les "crus classés". Le langage est déroutant, car le terme "cru" ne fait pas référence aux vignes ni même aux vins individuels, mais aux châteaux participants, chacun d'entre eux s'étant vu attribuer un classement plus ou moins permanent en fonction des perceptions traditionnelles de son prestige et de sa qualité relatifs. Les premiers classements ont été créés au XIXe siècle comme outils de marketing pour justifier les prix que les meilleurs vins de Bordeaux atteignaient déjà. Elles ont connu un énorme succès, permettant aux consommateurs de faire le tri dans la confusion des étiquettes, et offrant aux producteurs des structures de fixation des prix et une stabilité qui faisaient défaut dans le secteur. Mais ils sont allés trop loin. La grande faiblesse du système de classification des vins de Bordeaux est qu'il ne permet que peu ou pas de changements. Il a donc eu pour effet d'ossifier toute l'industrie des vins de Bordeaux et, avec elle, la structure de la société.

Parker est un révolutionnaire car il ne tient pas compte des classements traditionnels et goûte simplement les vins. Il a en fait créé un système de classification entièrement nouveau et simplifié, basé sur son propre jugement. Cette situation est très préoccupante pour Bordeaux, et en particulier pour le Médoc, qui possède le plus important et le plus prestigieux des crus classés, et où sont traditionnellement produits les vins les plus chers. Le Médoc est une étendue ondulante de vignobles ponctuée de manoirs exagérés et d'occasionnels villages pauvres (dont certains sont largement habités par des ouvriers agricoles marocains) dont la vie semble avoir été aspirée. Ce n'est pas un endroit attrayant, mais grâce à ses vins célèbres, il a une haute opinion de lui-même. On m'avait prévenu que les familles me fermeraient leurs portes, comme elles les fermeraient à Parker si elles le pouvaient. Elles ne l'ont pas fait. Elles m'ont guidé dans les méandres du métier, m'ont présenté à leurs amis et m'ont patiemment expliqué les erreurs de Parker.

Mais nulle part parmi eux je n'ai pu trouver la personne que je cherchais - quelqu'un avec l'humour et la perspective nécessaires pour présenter un argument convaincant en faveur de la préservation de leur monde. Ces personnes ne jouaient pas un rôle. Ils avaient franchi une ligne à la naissance.

Parmi eux, j'ai trouvé un homme qui semblait incarner leurs craintes : Bernard Ginestet, le rejeton vieillissant d'une grande famille, un aristocrate tombé des hauteurs, qui, dans sa perte, serait devenu un philosophe du vin. Je l'ai rencontré pour un déjeuner à Bordeaux, dans le centre médiéval de la ville. C'était un homme maigre, grisonnant, mal rasé, aux yeux lourds et à la voix d'un fumeur invétéré ; je trouvais qu'il avait l'air un peu malmené par la vie, et probablement pour le mieux. Il avait le comportement d'un aristocrate désabusé, à la fois détaché et abandonné. Quand il souriait, son visage restait sérieux.

Quand il a dit : "Dans chaque famille, il y a des gens qui échouent", je ne pouvais pas dire s'il faisait référence à lui-même. Quelques années auparavant, il avait hérité puis été contraint de vendre l'historique Château Margaux, un grand domaine du Médoc qui produit des vins depuis des siècles et qui se trouve au sommet du système de classification, comme l'un des cinq seuls "premiers crus" du Médoc. Lorsqu'il a perdu cette propriété, en 1977, les Bordelais ont été horrifiés par la profondeur de sa chute.

Après avoir honoré les dettes de la famille, il ne restait plus grand-chose à Ginestet. Il est élu maire du village local, également nommé Margaux. Pour gagner sa vie, il devient écrivain et éditeur, et produit une série de livres très ciblés, chacun sur le sujet d'une seule zone officielle de production de vin, connue sous le nom d'appellation, souvent de quelques kilomètres carrés seulement. En raison de la concentration géographique de ces travaux, il est devenu une autorité sur le concept central de la culture bordelaise : la croyance en l'importance fondamentale de ce que l'on appelle le terroir. Le mot terroir n'a pas de traduction concise, mais il est fortement lié à l'histoire, à la classe sociale et au pedigree ; il désigne le sol, réel ou métaphorique, d'où émerge une vigne, un vin ou une personne. Ginestet m'a dit que je pourrais passer des jours à essayer de le comprendre. Parce que le climat a aussi son importance, tout comme les changements induits par l'économie et la technologie, il est nécessaire de tenir compte du millésime. Mais pour l'aristocratie bordelaise, le terroir compte avant tout.

Ma conversation avec Ginestet ne s'est pas bien passée. Il avait vécu quelque temps près de San Francisco, et il pensait connaître l'esprit américain. Peu de ses livres avaient été traduits. Je lui ai demandé pourquoi. Il a agité sa fourchette vaguement, et en anglais, il a dit "Too Frenchy", comme si cette explication suffisait. Il a pensé que mes questions sur Bordeaux étaient simplistes. Il a nié chaque prémisse. Mais au lieu de s'exprimer clairement, il grimaçait et haussait les épaules à la manière gauloise, s'enfermait dans des silences, travaillait la nourriture dans son assiette, jetait des regards aux femmes élégantes de la table voisine, sirotait son eau, sirotait son vin. Il érigeait des barrières. Il était très détendu, mais il semblait se sentir attaqué.

Je n'ai réussi à le faire parler que de Parker. Il avait l'air de l'aimer, comme un oncle le ferait avec un neveu obstiné. Parker lui avait consacré un livre, mais avait aussi donné à ses vins de très mauvaises notes. Ginestet dit : "Bob a réussi à donner l'image qui convient aujourd'hui."

"Quelle image ?"

"Le gourou. Celui qui sait."

"N'y avait-il pas besoin d'un gourou avant ?"

"Oui, mais il était fragmenté par pays, ou zone d'influence. Aujourd'hui, il y a la 'globalisation'." Il a réfléchi et a inventé une belle phrase. Il a dit : "Bob est un artisan de la mondialisation du vin."

Il entendait la mondialisation selon la définition française - l'imposition d'un style américain. Comme beaucoup de Français, il semblait voir les États-Unis comme une culture unique et unifiée. Il y avait vécu, mais n'en avait peut-être pas compris la véritable dimension - la coexistence en leur sein de tant de nations différentes. Il connaissait un peu San Francisco et New York, et avait une vision superficielle du reste.

Il disait : "Le goût américain est très standardisé. Soucieux du prix. Peu subtil. Et c'est là que Bob excelle. Il l'a compris - en partie par intuition, en partie par déduction. Les Américains aiment les choses simples. "Carré." Il a dessiné un carré dans l'air. "Et Bob a un goût 'carré'."

J'ai mentionné que les livres de Parker se vendent bien en France. Mais Ginestet voulait continuer à parler des Etats-Unis. Il a dit : "Ce qui dérange les Américains, c'est qu'ils aiment la certitude. Si le vin contient une vérité, c'est l'absence de certitude. Mais l'une des raisons pour lesquelles Bob a réussi est qu'il ne connaît aucun doute."

"Et les Français - qu'est-ce qu'ils aiment ?"

C'était plus compliqué. Il n'a pas exactement dit que les Français aiment l'incertitude. Il a dit : "Ma philosophie personnelle est qu'on ne peut être sûr de rien." Puis il a choisi de donner un peu. Il a allumé une cigarette et a inhalé. Sa voix s'est adoucie. Il a dit : "Des vins plus légers. Des vins de plaisir. Des vins d'... émotion." J'ai voulu le relancer sur l'idée de terroir, mais il s'est refermé quand j'ai tâtonné pour trouver des définitions, et j'ai donc demandé l'addition.

En attendant Parker

Le printemps est rude à Bordeaux. Parker avait quitté la ville après un séjour de dix jours, au cours duquel il avait dégusté les vins élaborés quelques mois auparavant, à l'automne 1999. La vente précoce de ces vins très jeunes, deux ans avant qu'ils ne puissent être mis en bouteille (et encore moins consommés), est considérée comme une prérogative des grands châteaux de Bordeaux, dont la plupart essaient maintenant de vendre toute leur production de cette manière. Ces vins sont connus sous le nom de "primeurs". Ils procurent aux châteaux des avantages financiers évidents, et l'apparence précieuse de bénéficier d'une demande effrénée pour leurs vins. Ils offrent aux consommateurs le plaisir de jouer un rôle d'initié et un accès précoce à des vins qui, en théorie, deviendront plus chers lorsqu'ils auront atteint leur maturité. Le processus est extraordinairement compliqué. Il débute chaque printemps par une course effrénée qui dure plusieurs semaines, au cours de laquelle les châteaux vendent le millésime de l'automne en allocations aux négociants traditionnels de Bordeaux, qui jouissent de droits d'achat exclusifs et qui ont gardé la mainmise sur le commerce depuis quelques centaines d'années. Chaque château négocie ses propres prix, mais autant en fonction des prix obtenus par ses voisins qu'en prévision du marché. C'est plus rationnel qu'il n'y paraît, car les prix aident à déterminer le prestige, et le prestige est toujours relatif. Chaque printemps, lorsqu'il est temps de recommencer, personne ne veut être le premier. L'un des nouveaux vignerons intelligents m'a dit que Bordeaux ressemblait à la barbichette, un jeu de cour d'école dans lequel les enfants se tiennent par le menton pour voir qui rira le premier. L'enfant qui perd reçoit une claque dans le visage.

Parker ne fait qu'empirer les choses. Lorsqu'il est à Bordeaux, il reste le plus souvent à l'écart, et bien que la ville étudie chacun de ses gestes pendant les dégustations, dans l'espoir d'obtenir des indications sur ses pensées, il garde un visage neutre et ses notes privées, et il rentre chez lui à Monkton sans exprimer ses opinions. L'entreprise joue alors à la barbichette pendant plusieurs semaines en attendant la parution de l'édition régulière de Bordeaux de *The Wine Advocate*, fin avril. Au printemps dernier, après le départ de Parker, on a dit que l'attente était plus intense que jamais.

Tout Bordeaux savait que 1999 avait été au mieux une année moyenne, et que le marché était déjà inondé de 1997 surévalués et médiocres et de 1998 inégaux et encore plus chers. Les détaillants du monde entier se rebellaient contre un système d'allocation qui, au lieu d'être un privilège, ressemblait à un tube d'alimentation enfoncé dans leur gorge.

A Bordeaux, les niveaux de production étaient très élevés. Le Château Margaux produisait à lui seul 440 000 bouteilles par an - d'un vin censé être très cher. Dans un château similaire du Médoc, appelé Léoville-Barton, le propriétaire m'a dit qu'il pensait parfois avec nostalgie que si chaque Bordelais pouvait boire une bouteille de son vin chaque année, il pourrait écouler tout son stock sur place. Mais bien sûr, cela inclurait les enfants, les musulmans pratiquants et une partie importante de la population vivant de l'aide sociale. A défaut de telles rêveries, certains propriétaires de châteaux ont espéré qu'un pont économique pourrait être maintenu jusqu'à ce qui serait probablement le millésime recherché de 2000.

Il était évident pour tout le monde que des réductions de prix profondes et larges seraient bientôt nécessaires. Il était également évident que Parker serait d'accord et que, dans le prochain numéro de *The Wine Advocate*, il conseillerait à ses lecteurs de se tenir à l'écart des primeurs 1999 en général. Et pourtant ... encore ... barbichette. Qui réduirait ses prix en premier ? Qui donnera cet avantage tactique à ses voisins, leur permettant de fixer leurs prix plus haut que les siens, ne serait-ce que légèrement ? De plus, qui, parmi les leaders naturels de Bordeaux, ignorerait la certitude que Parker célébrera certains des vins et les notera, peut-être, d'un seul point au-delà de 89 et dans les magiques 90 ? Pour ces vins, le prestige serait d'autant plus grand dans une année de déclin général. Alors Bordeaux a attendu.

Un après-midi, je me suis rendu à une dégustation professionnelle au Château Pavie, un domaine viticole revitalisé situé près du village perché de Saint-Émilion, où plusieurs centaines d'acheteurs du monde entier se pressaient dans une élégante salle voûtée pour goûter une sélection d'une quarantaine de 1999, présentée par une association professionnelle bordelaise, l'Union des Grands Crus. Les acheteurs se tiennent à l'écart, par groupes de deux ou trois, et déambulent parmi les offres, faisant tourner et remuer les vins, les goûtant et se penchant en avant pour les cracher dans des entonnoirs en porcelaine placés au centre. Les entonnoirs se déversent dans des seaux enfermés dans des tonneaux en bois. Les seaux sont emportés par de jeunes hommes qui se glissent discrètement dans la foule.

On a beaucoup réfléchi à ce décor. L'éclairage était frais mais pas froid. L'art était brillant et moderne. Les sols étaient recouverts d'un joli carrelage, d'une teinte havane du désert. À quelques pas de là, de larges portes s'ouvrent sur une salle voûtée encore plus grande : la somptueuse salle de production à température contrôlée de Pavie, haute de trois étages et dotée de doubles murs et d'une plate-forme d'observation donnant sur des rangées de fûts de chêne éclairés de façon spectaculaire : une fortune en vin nouveau. Mais les acheteurs semblaient endurcis à tout effort de ce genre, que ce soit en architecture ou en vin. Ils n'étaient pas des esthètes. Ils n'étaient pas dilettantes. Ce sont des sceptiques professionnels, des gens qui gagnent leur vie en n'étant pas impressionnés. Maintenant, comme tout le monde, ils sont obligés d'attendre Parker pour s'entendre sur les prix. Ils ont pris des notes mécontentes sur les dégustations. Mais surtout, ils attendaient le bon moment.

Notre hôte était le président de l'Union des Grands Crus, un fervent partisan de Parker nommé Alain Raynaud, qui dans sa propriété de Libourne, non loin de là, produisait certains des meilleurs vins de Bordeaux. Raynaud était conscient de la frustration de ses invités, et il a blâmé les négociants, les commerçants de Bordeaux. Il a déclaré : "Si Parker a trop d'influence, c'est la faute des négociants. Ils ont la possibilité, en ce moment même, pendant que leurs clients sont ici, de décider eux-mêmes ce qu'ils pensent de ces vins. S'ils le veulent, ils peuvent conclure les marchés. Mais que ce soit parce qu'ils sont lâches ou qu'ils manquent de volonté, au lieu de cela, ils vont attendre.

Je trouve cela tout à fait surprenant, et je sais que Parker le fait aussi."

J'ai dit : "Mais Parker n'est pas un simple critique. Les négociants doivent tenir compte du fait qu'il fait le marché."

Raynaud a dit : "L'année dernière, j'ai apporté mon 1998 ici même, pour le montrer à Bordeaux. J'en étais très fier. Et j'ai dit : "Voilà ! Je propose ce vin à cent francs la bouteille, hors taxes". Tout le monde a dit -- tout le monde ! -- C'est un très grand vin que vous avez fait ! Mais vous avez trop augmenté votre prix, et nous ne l'achèterons pas".

Et j'ai dit : "D'accord, très bien, on va attendre que Bob Parker lui donne une note".

"Parker l'a noté à 93 contre 95. Le jour même, j'aurais pu facilement en demander deux cents francs, et il se serait envolé. Je ne l'ai pas fait. Je l'ai vendu à cent vingt-cinq francs. Mais aux dernières nouvelles, dans les transactions entre négociants, ici même à Bordeaux, il se vend maintenant trois cents francs la bouteille."

Raynaud ne se contentait pas de jubiler. Son point de vue était que les négociants avaient tiré plus de profit en attendant Parker qu'en remplissant leur rôle traditionnel, en négociant les prix et en investissant dans les vins sur la base de leurs propres jugements indépendants. En d'autres termes, Raynaud pensait que les négociants se dérobaient à leurs obligations. Il avait probablement raison, mais il était aussi injuste. Ce qu'il n'a pas dit, c'est qu'à cause de Parker - cet homme qui a tant de pouvoir - le terrain est devenu beaucoup moins sûr pour les négociants de Bordeaux.

Les décisions cruciales sont prises non pas sur les vins ordinaires mais sur les meilleurs, en particulier ceux qui, dégustés jeunes, pourraient prétendre à une note Parker dans les 90 %. Oui, il y a de l'argent à gagner en exploitant l'avantage qu'ont les négociants d'être les premiers de la file et de suivre simplement l'exemple de Parker. Mais il y a aussi de l'argent à perdre en prenant de l'avance sur Parker. Si un négociant décide qu'un vin est très bon et se met d'accord avec le château sur un prix modérément élevé pour ce vin, il court le risque important que Parker évalue le vin à 89 plutôt qu'à 90 ou 91 - et que, dans un marché généralement frileux, le prix du vin s'effondre. C'est l'une des ironies du rôle de Parker. Il regrette la frilosité du marché. Il s'oppose à toute forme de spéculation. Mais inévitablement, il l'alimente.

Le Rocky Balboa du vin

M. Parker affirme qu'il n'a jamais eu l'intention de faire tout cela. Lorsqu'il est rentré chez lui après son premier voyage en France, il s'est réuni avec quelques amis de l'université et a commencé à boire du vin pour le plaisir. Il a lu quelques livres britanniques sur le vin, qu'il a trouvés intéressants sur le plan historique mais étrangement peu pratiques sur le plan du goût. Qu'est-ce que cela signifie quand un vin a un soupçon de cuir russe ? Pire encore, qu'est-ce que cela signifie quand un vin suscite des métaphores ? "Ce vin est une belle dame dans les dernières années de sa vie, portant un peu trop de maquillage, peut-être, qui ne peut plus cacher toutes les rides qu'elle a....". Ce que Parker voulait savoir sur un vin, c'était s'il devait l'acheter ou non.

Il a suivi un cours de Gordon Prange, l'auteur de qui lui a appris la discipline d'écrire des phrases courtes et claires. Il a continué à goûter des vins. À vingt-deux ans, il épouse Pat et retourne en Europe avec elle pour l'été. Après avoir terminé l'université, il commence des études de droit, toujours à l'université du Maryland. Le jeune couple s'installe dans un appartement bon marché en sous-sol qu'il maintient à une température constante de 55°, parfaite pour le vin. Parker devenait de plus en plus sérieux dans son hobby. Pat est d'accord avec lui parce qu'elle est jeune, mais elle se dispute parfois avec Parker à propos de l'argent qu'il dépense en vin.

Elle avait un emploi de professeur de français dans une école publique. Parker m'a dit qu'il était connu comme le fantôme de la faculté de droit, parce qu'il aimait se coucher tard en regardant Dick Cavett et qu'il avait besoin de dormir le matin. Mais comme un cours commençait par un appel, il parvenait généralement à s'y présenter. Le cours portait sur les conflits d'intérêts - un sujet brûlant au début des années 1970 - et était donné par Sam Dash, l'avocat du Watergate. Parker a trouvé cela fascinant, et il a commencé à penser au vin dans ces nouveaux termes, à se demander pourquoi tant de vins célèbres étaient aqueux et fades mais étaient décrits comme s'ils ne l'étaient pas. En tant que consommateur en herbe, il a commencé à s'indigner. Il avait l'impression d'avoir été piégé trop souvent.

Parker passe le barreau en 1973 et accepte consciencieusement un emploi à Baltimore, ce qui ne tarde pas à confirmer ses soupçons : le travail juridique l'ennuie. Aussi souvent que possible, il s'évade avec Pat en Europe. Ils se concentrent sur la France, où elle peut lui servir de traductrice et charmer les châteaux pour qu'ils les laissent entrer, discuter et déguster du vin. Parker était très sérieux, et il prenait des notes ; Pat aimait s'occuper de lui. Avec un hobby aussi coûteux que le vin, ils n'avaient pas beaucoup d'argent à dépenser. Ils voyageaient peu et, le soir, mangeaient à peu de frais. Ils géraient l'Europe avec dix dollars par jour. C'était une époque simple pour eux. Ils y repensent aujourd'hui avec nostalgie.

En 1978, Parker est prêt à mettre son expérience à profit. Il rédige le premier numéro de *The Wine Advocate*, en incluant en première page un manifeste consumériste. Il achète quelques listes de diffusion auprès de détaillants en vin et envoie 6 500 exemplaires gratuits. Six cents personnes s'abonnent, ce qui est une déception pour Parker à l'époque, mais un succès selon les normes du publipostage. Dans le deuxième numéro (le premier pour lequel les gens ont payé), il écrit une critique cinglante de l'industrialisation des vignobles californiens - une tendance qu'il accuse de produire des vins fades, stériles et excessivement manipulés qui ont le même goût et semblent conçus pour survivre aux rigueurs de la distribution de masse et, en général, pour minimiser les risques commerciaux. Ce cri de guerre a d'abord été entendu par très peu de gens, mais ils ont dû l'accueillir favorablement. Le tirage de *The Wine Advocate* commence à augmenter. Parker avait toujours besoin de ses revenus d'avocat pour payer les factures, mais il se consolait en se disant que le journal lui permettait de conserver son indépendance d'esprit.

Cette indépendance n'était pas la marque de fabrique de la plupart des autres critiques - une collection composée essentiellement d'hommes inefficaces que Parker, dans sa rigidité morale et son ambition, a commencé à mépriser. La réciprocité ne tarda pas à se produire, divisant la presse vinicole en camps si hostiles que la presse new-yorkaise n'a jamais publié de profil de Parker et mentionne à peine son nom. Mais à ses débuts, avant que Parker ne soit connu, un critique britannique est venu le voir à Londres et lui a dit : "Vivant en Amérique, à quel point est-il difficile pour vous d'obtenir vos caisses de claret de premier cru ?"

Parker a dit : "Que voulez-vous dire ?"

Le critique a eu l'air confus. "Ne vous envoie-t-on pas une caisse de Latour, Lafite et Margaux chaque année ?"

"Non", a dit Parker. "Peut-être que je devrais me sentir insulté."

Il s'est senti insulté au nom de ses lecteurs. Mais il ne peut pas avoir été surpris. Le montage est un secret de polichinelle. À Bordeaux, on dit que les coffres des voitures des critiques s'ouvrent automatiquement devant les domaines célèbres et ne peuvent être refermés que lorsqu'ils sont remplis de bouteilles. Certains critiques sont des consultants. D'autres sont importateurs. D'autres encore écrivent simplement pour des magazines qui dépendent de la publicité pour le vin.

Le problème qu'ils rencontrent tous est de savoir comment gagner leur vie. En anglais, cela conduit généralement à une technique critique connue sous le nom de "varying the degrees of 'wonderful'". En français, la technique pertinente s'appelle "noyer le poisson" - une chose légèrement différente, qui contribue à la tendance à la complexité déconcertante de la prose française.

Dans l'un des châteaux de rang moyen du Médoc, pendant l'attente des déclarations de Parker au printemps dernier, un vigneron iconoclaste nommé Olivier Sèze a qualifié la plupart des critiques français d'"odieux". Il a déclaré : "Ils utilisent nos vins comme prétexte pour leurs écrits. Regardez, ce que j'écris est bon ! Regardez - ce que j'écris est intelligent ! Mais vous en lisez une page entière et vous vous dites : 'De quoi s'agissait-il ? De vin ? D'une voiture ? De parfum ?'"

Avec Parker, il n'y a jamais eu de doute. En 1982, après quatre ans d'existence, The Wine Advocate était tiré à 7 000 exemplaires. Puis vint le millésime 1982 à Bordeaux, dont les jeunes vins étaient inhabituellement sombres, puissants et fruités. Lorsque Parker rentra en avion après avoir goûté ces "primeurs" au printemps 1983, il était si impatient de rentrer et d'écrire sur ce qu'il avait découvert qu'il craignait, de manière inhabituelle, que l'avion ne s'écrase. C'était le scoop de sa vie, un millésime qui, il en était convaincu, deviendrait l'un des plus grands de l'histoire, et que les autres critiques, dans leurs variations de "merveilleux", semblaient avoir sous-estimé. Parker a conseillé à ses lecteurs d'acheter les vins, et beaucoup l'ont fait, en grande quantité.

De grosses sommes d'argent étaient en jeu. Les critiques établis ont attaqué, affirmant que les jeunes 1982 manquaient d'acidité et ne vieilliraient donc pas bien. Ils disaient, en substance, que ces vins étaient trop bons trop tôt - un argument lié à l'argument traditionnel selon lequel les mauvais vins ont besoin de vieillir pour devenir meilleurs. Parker soupçonnait le contraire, à savoir que les plus grands millésimes (il pensait aux millésimes 61, 49 et 47) sont tellement homogènes et exempts d'imperfections qu'ils sont équilibrés dès la naissance, et que 1982 était justement un tel millésime.

Sa carrière étant en jeu, il retourne à Bordeaux et commence à s'interroger sur le passé. Dans les archives du Château Haut-Brion, il a trouvé un vieux journal qui exprimait des inquiétudes au sujet du célèbre millésime 1929 - les vins, alors jeunes, étaient trop intenses et ne dureraient pas. Parker a connu ces vins après cinquante ans, et les a considérés comme étant encore excellents. Il goûta à nouveau les 1982 et fut à nouveau étonné par leur splendeur. Il rentra chez lui, à Monkton, et réitéra ses jugements antérieurs. En 1984, lorsque les vins ont été mis en bouteille, il était évident pour tout le monde qu'il avait raison. La plupart des critiques adverses commencent à se rétracter. Celui qui ne le fait pas se retrouve dans une position de plus en plus intenable et finit par perdre son emploi. Le Wine Spectator a fini par publier un numéro célébrant le millésime 1982, mais ces vins étaient alors difficiles à trouver et très chers. La réputation de Parker était faite. Certains de ses lecteurs s'étaient enrichis grâce à ses conseils. D'autres avaient simplement trouvé du bon vin à un bon prix. Le tirage de The Wine Advocate a dépassé les 10 000 exemplaires. Parker a quitté son emploi d'avocat. Quelques semaines plus tard, il signait son premier contrat pour un livre à New York. Il m'a dit qu'en rentrant chez lui en train, il se sentait comme Sylvester Stallone dans Rocky.

Sauver Bordeaux de lui-même

Au printemps dernier, lorsque le numéro annuel de The Wine Advocate consacré aux vins de Bordeaux a enfin été publié, l'establishment bordelais a réagi avec colère. Dans une campagne menée par certains grands châteaux, les gens ont attaqué Parker dans la presse locale, l'accusant non seulement d'influence indue et d'incompétence technique, mais aussi de copinage et, par insinuation, de malveillance. Le journal de Bordeaux a publié plusieurs articles exposant les accusations, et une presse plus large a diffusé l'histoire - à travers l'Europe et aux États-Unis. Ces accusations sont pour la plupart infondées, mais elles sont suffisamment graves pour que Parker se sente blessé et peut-être véritablement menacé.

Il prend la décision inhabituelle d'écrire des lettres pour se défendre, mais il est gêné par le manque de détails dans les accusations et par le fait que lors de son dernier séjour à Bordeaux, il ne s'était pas bien comporté. C'était une question d'apparences : il était allé dîner en tête-à-tête avec Alain Raynaud dans un hôtel de campagne isolé, et le lendemain, il avait goûté les vins de l'Union des Grands Crus et avait donné une très bonne note à ceux de Raynaud.

Un château bien connu du nom de Bouscaut a diffusé une publicité sarcastique pour ses vins de 1999, dans laquelle il annonçait de manière provocante que sa note n'était que de 79-82. Dans cette publicité, une caricature représentait un détaillant disant à un client : "Un bon vin avec un vrai terroir ? Un vin individualiste ? N'hésitez pas à en trouver un avec une mauvaise note Parker !!!!". La réponse de Parker est typiquement directe. À la demande d'un magazine londonien consacré au vin, il a répondu : "La bande dessinée était une idée splendide. Étant donné le vin que Bouscaut a fait, j'aurais recours à l'humour, moi aussi, si cela aidait à vendre le vin. Mais les acheteurs de ce vin découvriront de qui la blague est réellement faite". En tant que consommateur, Parker est naturellement imbu de lui-même et peut-être trop facilement affligé. Sa mère aurait pu lui dire de sourire et de ne pas bouger.

À première vue, Bordeaux semble être bouleversé par peu de choses. Dans son numéro d'avril, Parker a fait l'éloge de certains producteurs pour leurs 1999, mais a indiqué, avec justesse, que l'année avait été excessivement humide et chaude, ce qui a donné lieu à peu de vins convaincants et peu de raisons d'acheter des vins en primeur.

Ce n'était guère une surprise. Mais Parker est allé plus loin. Il a écrit quelques paragraphes inhabituels pour lui, dans lesquels il a exprimé ses pensées sur le côté commercial de Bordeaux et a discuté de la surabondance mondiale de ses vins. Il a déclaré que le commerce de détail mondial devrait réduire ses pertes en se débarrassant en masse des 1997 et en jugeant avec scepticisme chaque vin de 1998. Puis, tout en réprimandant les producteurs bordelais pour leur "énorme gaffe" et leur folle cupidité, il a appelé à une réduction des prix des 1999 de 30 % ou plus. Il a écrit : "Si l'arrogance les empêche de comprendre cela, ils verront l'irresponsabilité de leurs méthodes ... plus tôt que tard."

Ça se rapprochait d'une raison de se battre. Une réduction des prix de 30 % ? Les producteurs s'étranglent à cette idée, et ils savent que les opinions de Parker, une fois exprimées, ne sont pas de simples abstractions : ce numéro de *The Wine Advocate* sera brandi par les acheteurs mécontents, qui murmurent déjà un boycott. Parker avait l'audace de prétendre qu'il essayait de sauver Bordeaux de lui-même. Ces quelques paragraphes vont coûter cher à Bordeaux.

Mais la vérité est que les châteaux ont les réserves financières nécessaires pour surmonter un ralentissement du marché, ainsi que le coussin que le millésime 2000 est susceptible de fournir. En d'autres termes, ils ne sont pas si manifestement en difficulté qu'ils doivent craindre l'évaluation franche de Parker. Leur réaction ne peut donc être comprise que comme l'expression d'un problème plus profond : ce qui les inquiète vraiment, c'est l'accélération du mouvement vers les vins de garage, ces vins sombres, dramatiques, produits en petite quantité et élaborés avec une dévotion fanatique au détail.

Le phénomène des vins de garage a commencé à Bordeaux il y a moins d'une décennie en tant que nouveauté, mais il semble désormais dépasser le stade de la simple mode et s'imposer comme l'un des changements les plus importants de ces 200 dernières années. Les avantages concurrentiels sont clairs : les vins de garage n'ont pas besoin de grands vignobles, de grandes équipes, d'un manoir ou d'une parcelle de terroir classique - et ils atteignent désormais les prix les plus élevés à Bordeaux. Cette situation est extrêmement menaçante pour les familles établies, dont la société même exige qu'elles s'en tiennent fermement à l'idée que le prix est le reflet de la qualité.

En privé, les familles prétendent que les "garagistes" trichent - qu'en raison des très petites quantités en jeu (pour toute étiquette, généralement moins de 15 000 bouteilles par an), les nouveaux producteurs sont en mesure de manipuler leurs prix de la manière la plus cynique qui soit, en rachetant des pourcentages importants de leur propre stock afin de stimuler le marché, ou en travaillant par l'intermédiaire d'agents anonymes pour faire monter artificiellement la demande dans les célèbres salles des ventes de Londres et de New York. D'une certaine manière, les grandes familles ont raison. Il est certainement vrai que beaucoup de vins de garage sont des achats terribles et que si un buveur de vin voulait une règle pour Bordeaux, ce serait de les éviter complètement. Une autre règle, cependant, pourrait être de rester à l'écart des châteaux célèbres également. Pour les familles établies, c'est une situation difficile : après avoir tant manipulé le marché elles-mêmes, elles ne sont guère en mesure de se plaindre au nom des consommateurs. Pendant ce temps, les vins de garage se répandent à travers les fissures et les parcelles impaires de la meilleure région viticole du monde, le royaume fini de Bordeaux, où ils subvertissent rapidement et insidieusement les structures sur lesquelles les grandes familles comptent.

Il n'est pas étonnant que ces familles craignent Robert Parker. Il est en effet l'homme à blâmer. Il prétend désapprouver les prix des vins de garage, mais insiste pour juger ces vins comme le ferait un puriste, en se concentrant entièrement sur leur goût. Il est vrai que les vins de garage sont denses, impressionnants, et souvent extrêmement bons. Parker aime leur idée, et dans le nouveau Bordeaux Wine Advocate, il le dit plus clairement que jamais.

On prétend aujourd'hui que les garagistes font des vins pour répondre aux goûts de Parker et que, par conséquent, le monde devient plus petit ici aussi. Je l'ai entendu à plusieurs reprises. Parker est un monopoliste, le Bill Gates du vin ; Bordeaux doit suivre l'exemple de José Bové, l'altermondialiste français, et lutter contre la domination de Parker. L'image d'un seul Américain avec autant de pouvoir semble valable de loin. Mais de près, elle a tendance à s'effondrer. Il n'y a jamais deux grands vins identiques. Je me suis déplacé pendant des semaines parmi les garagistes, et même moi, avec mon manque de connaissances et mon palais émoussé, je n'aurais jamais confondu un de leurs vins avec un autre. Parker ne rend pas le monde plus petit mais plus grand. Bordeaux se méfie de lui pour cette raison. Après 300 ans, il brise le terroir.

Le principal garagiste est un homme effronté et sûr de lui, Jean-Luc Thunevin, qui, avec sa femme Murielle, produit un vin rouge mûr appelé Valandraud, l'une des stars de la région. Les Thunevin sont considérés à Bordeaux comme des marginaux par excellence. Lui est un "pied-noir", fils de réfugiés de la guerre d'indépendance algérienne, un marginal qui a travaillé dans une banque pendant treize ans et a failli se ruiner dans la restauration avant d'acquérir un bout de terrain et de se lancer dans le vin en 1991. Il y a quelques années encore, elle était aide-soignante.

Les Thunevin n'ont pas de château, bien qu'ils pourraient presque s'en offrir un maintenant. Ils vivent dans le centre de Saint-Émilion, dans des locaux lumineux et peu meublés situés juste au-dessus de leurs salles de production. Un soir, au cours d'un dîner, il m'a dit : " Les gens pensent que notre vin est un produit de Parker - mais ce n'est pas vrai. Parker est prudent. Il ne savait pas si nous allions continuer à produire de bons vins - si nous étions sérieux, si nous étions honnêtes. Il n'a commencé à nous noter qu'après quatre ans, lorsqu'il a goûté nos vins en bouteille. Les premières années, il ne nous a donné que des notes dans les quatre-vingts. Mais l'effet de Parker a été d'accélérer les choses. Avant, il nous aurait fallu cinquante ans pour être reconnus - et, bien sûr, nous n'aurions jamais pu survivre. Mais grâce à Parker, il ne nous a fallu que quatre ans. C'est sa volonté de goûter nos vins, et la rapidité de l'information, qui ont compté."

Thunevin est ouvertement méprisé par les vieilles familles de Bordeaux, qui l'appellent "Tue-le-vin", un raccourci de "Celui qui tue le vin". Je lui ai demandé ce qu'il pensait d'eux en retour. Il m'a répondu : "Je ne cherche pas à être accepté.

Les gens ont des problèmes parce qu'ils veulent absolument entrer dans un milieu qui n'est pas le leur. J'ai l'avantage de m'en moquer. Quand j'ai commencé dans le métier, j'avais un ami qui m'a mis en garde. Il m'a dit : "A Bordeaux, ils n'aiment pas les nouveaux venus. Ils vont te briser". Thunevin a souri, comme pour dire : "Et maintenant, regardez qui a peur."

La subversion s'est étendue jusqu'au cœur de Bordeaux, le Médoc, où Murielle Thunevin a commencé en 1999 à produire un nouveau vin de garage, appelé Marojallia, dans une parcelle de vigne négligée, avec une petite cabane en pierre, un petit tracteur et pas grand-chose d'autre. Tous les jours de l'été, elle s'y rendait en jeans et en chemise rugueuse, et travaillait côte à côte avec deux femmes marocaines pour soigner les vignes. À l'automne, avec une équipe un peu plus nombreuse, elle récoltait les raisins et faisait le premier vin. Ses puissants voisins des châteaux environnants sont choqués et indignés, et viennent jeter un coup d'œil dans le hangar, mais ils ne peuvent rien faire contre sa présence.

Lors des dégustations de Parker au printemps dernier, l'actuelle propriétaire de Château Margaux, une femme nommée Corinne Mentzelopoulos, ne voulait parler à Parker que du nouveau vin des Thunevin. Parker m'a dit plus tard qu'elle était rancunière et qu'elle considérait cette innovation comme dangereuse. Elle a dit : "Nous croyons au terroir."

Parker a refusé d'accepter la signification traditionnelle de ce mot. Il a dit : "Eh bien, c'est un terroir. Il n'a pas une histoire de trois cents ans, comme Château Margaux, mais c'est un terroir. Pourquoi quelqu'un ne devrait-il pas essayer d'améliorer la qualité du vin qui provient de cette parcelle ?" Elle s'est rabattue sur la vieille réponse - que personne ne savait comment le vin allait évoluer.

Parker, pour sa part, a refusé de bouger. Dans *The Wine Advocate*, il a parlé du nouveau vin de Murielle Thunevin, qu'il avait goûté en tant que futur. Il a écrit:

C'est le premier de ce qui sera probablement un mouvement croissant vers des vins de garage à production limitée dans le Médoc (ce à quoi les autorités de l'appellation sont totalement opposées). Un premier effort impressionnant, qui a le potentiel de mériter une note exceptionnelle après la mise en bouteille. Il existe près de 600 caisses de cette offre de couleur pourpre saturée, qui présente une faible acidité, des arômes de mûre douce soutenus par du chocolat et du pain grillé. En bouche, le vin est voluptueux, opulent, pur et harmonieux. Ma note est prudente puisqu'il s'agit de la première sortie, mais ce 1999 a un énorme potentiel, et comme il sera probablement mis en bouteille sans collage ni filtration, il devrait mériter une note exceptionnelle."

Il lui a donné 89-91, signalant clairement sa vision des années à venir. Le message aux anciennes familles était clair.

Dans l'essai qui accompagne les notes de dégustation, Parker s'étonne que l'on puisse craindre les garagistes. Il a écrit:

"Rien ne peut arrêter ce nouveau phénomène, malgré l'hostilité des négociants, de l'aristocratie du Médoc et des réactionnaires favorables au maintien du statu quo à Bordeaux. Ces vins ne sont pas l'influence déstabilisante que beaucoup de vieux briscards voudraient faire croire aux consommateurs. Qu'y a-t-il de mal à ce qu'une personne énergique prenne une petite parcelle de terrain et essaie d'en faire quelque chose de sensationnel ?"

Mais Parker savait parfaitement qu'un changement fondamental était en cours, qu'une vaste structure industrielle semblait sur le point de s'effondrer. Lorsque je l'ai revu chez lui, à Monkton, ses chiens ronflant dans un coin du bureau, il a admis que les vieilles familles de Bordeaux vivaient peut-être leurs dernières années. Olivier Sèze, le vigneron iconoclaste du Médoc, s'était réjoui de cette possibilité. Il avait dit : "Si les gens commencent à faire de meilleurs vins que les premiers crus, tout le système s'écroule. Cela devient une révolution. C'est une révolution !"

Parker, lui aussi, utilisait parfois ce mot. Le prochain millésime 2000, m'a-t-il dit, renforcerait les grands châteaux, mais seulement temporairement. Il avait une vision à long terme. Il disait : "Dans cent ans, les vins de garage ne seront pas une catégorie à part. Ils seront partout dans le Médoc. Tout le monde fera des vins de cette façon. Et si quelqu'un veut revenir sur l'histoire, Thunevin sera considéré comme le pionnier qui a totalement changé le système."

"Et Parker ?"

"Mon nom pourrait apparaître aussi, peut-être comme une note de bas de page."

Il prétendait avoir une vision d'ouvrier de l'histoire. Il a dit : "Je suis un type de gars anti-industriel". Comme s'il n'était qu'un autre critique exprimant une opinion, il a dit : "Je n'aime pas la manipulation, le compromis ou la vinification interventionniste - à moins que quelque chose ne tourne mal. Je crois que la responsabilité du vinificateur est de prendre ce fruit et de le mettre en bouteille comme l'expression la plus naturelle et la plus pure de ce vignoble, du cépage ou de l'assemblage, et du millésime." Il a également déclaré : "Lorsque j'ai commencé à déguster des vins, dans les années 1970, nous étions sur une pente glissante. Il y avait une standardisation des vins, où l'on ne pouvait pas distinguer un Chianti d'un cabernet. Cela s'est pratiquement arrêté maintenant". Il a refusé de dire que cela s'était arrêté à cause de lui. Je me suis dit qu'il était volontairement modeste. Sa propre mère semble croire qu'il a développé un gros ego. Mais le plus loin qu'il ait pu aller, c'est de s'étonner que le logo qu'il avait choisi pour The Wine Advocate ait été longtemps négligé. Il s'agit d'un tire-bouchon en forme de croix de croisé, et il a admis presque timidement qu'il avait enfin été remarqué.

Et aujourd'hui?

99 ou 100 points et les ventes explosent

Ses guides éponymes sont vendus dans le monde entier, traduits dans toutes les langues. Il devient très influent dans les années 1990 surtout dans le bordelais où les ventes s'envolent quand il note bien un vin. Le succès du célèbre critique repose sur son système de notation dont les américains sont très friands et apprécient toujours se fier à un baromètre. Un vin noté 99 ou 100 points et c'est le succès assuré pour le domaine jugé. Plus influent encore, les prix grimpent instantanément à l'attribution d'une belle note de Robert Parker et il n'est pas rare de voir la note du Wine Advocate comme outil marketing sur un rayonnement de caviste. L'autorité de Robert Parker est telle que certains producteurs sont allés même jusqu'à modifier leurs vins pour mieux coller aux goûts du célèbre critique américain ! En avril 2012, l'athlète de la dégustation revoie sa copie en réévaluant sa notation sur le millésime 2009 qu'il juge comme « le meilleur millésime qu'il n'ait dégusté depuis celui de 1982 ». De ce fait, et comme on pouvait s'y attendre, les cours ont explosés. Les vins moins célèbres affichant 100/100 ont totalement bénéficié de cette annonce et ont vu leurs ventes exploser. Par exemple, la valeur moyenne du millésime 2009 du Château Beauséjour (Duffau-Lagarrosse) a augmenté de 160% !

99 ou 100 points et les ventes explosent

Ses guides éponymes sont vendus dans le monde entier, traduits dans toutes les langues. Il devient très influent dans les années 1990 surtout dans le bordelais où les ventes s'envolent quand il note bien un vin. Le succès du célèbre critique repose sur son système de notation dont les américains sont très friands et apprécient toujours se fier à un baromètre. Un vin noté 99 ou 100 points et c'est le succès assuré pour le domaine jugé. Plus influent encore, les prix grimpent instantanément à l'attribution d'une belle note de Robert Parker et il n'est pas rare de voir la note du Wine Advocate comme outil marketing sur un rayonnement de caviste. L'autorité de Robert Parker est telle que certains producteurs sont allés même jusqu'à modifier leurs vins pour mieux coller aux goûts du célèbre critique américain ! En avril 2012, l'athlète de la dégustation revoie sa copie en réévaluant sa notation sur le millésime 2009 qu'il juge comme « le meilleur millésime qu'il n'ait dégusté depuis celui de 1982 ». De ce fait, et comme on pouvait s'y attendre, les cours ont explosés. Les vins moins célèbres affichant 100/100 ont totalement bénéficié de cette annonce et ont vu leurs ventes exploser. Par exemple, la valeur moyenne du millésime 2009 du Château Beauséjour (Duffau-Lagarrosse) a augmenté de 160% !

La fin d'un règne incontesté de 38 années

Aujourd'hui, l'âge d'or du dégustateur souverain est révolu. En 2012, le maître vend les parts de son bimensuel The Wine Advocate à des investisseurs de Singapour. Le siège reste tout de même aux Etats-Unis, à Mokton, mais un bureau asiatique est ouvert à Singapour et la bible des acheteurs de Grands Crus devient entièrement numérique, abandonnant le papier. The Wine Advocate représente 55 000 abonnés (dont 80% d'américains) et des millions de lecteurs pour ses célèbres notes très attendues, craintes, brocardées ou exhibées lorsque celles-ci sont jugées pertinentes. Considéré comme étant le critique le plus influent du monde entier, Robert Parker est aussi bien adulé pour avoir décomplexé les acheteurs et consommateurs américains que critiqué pour son système de notation à points ou l'uniformisation des vins qui donnera naissance à cette analogie: la « parkerisation ».

L'ère du célèbre dégustateur de vins se termine avec la succession, assurée par le critique lui-même, de son plus fidèle disciple anglais : Neal Martin, comme annoncée dans un communiqué du 18 avril 2016. Désormais c'est ce jeune critique qui est à la tête de l'intégralité des dégustations des vins bordelais pour le Wine Advocate. Dans l'équipe de la revue depuis 2006, Neal Martin est d'abord en charge des vins de Bourgogne, Sauternes, Afrique du Sud, Madère et Banyuls. C'est sa publication en 2012 de son ouvrage sur le Pomerol qui lui donne une légitimité auprès des amateurs et producteurs de vins de Bordeaux. Il faudra patienter encore quelques années pour découvrir si son influence est aussi grande que celle de son mentor mais ses notes bénéficient tout de même de la garantie Parker.