

Retranscription de la conférence « Une histoire du négoce dans le Vignoble Nantais »

Par Rémi PLOTARD, novembre 2023

Les photographies sont à retrouver sur www.photothèque-patrimoine.paysdelaloire.fr © Région
Pays de la Loire / Inventaire général : PB Fourny

Introduction

Dans le cadre de la prochaine refonte d'une partie du parcours permanent du musée, le Pays du Vignoble Nantais a lancé un projet de recherche afin d'améliorer les connaissances autour de l'économie du vin : de sa « production » à sa distribution, en passant par le stockage. Ce projet permettra ainsi de redécouvrir l'histoire économique du vignoble nantais dont l'identité a été fortement marquée par l'activité de négoce.

Cette étude n'aurait pu voir le jour et aboutir, sans le soutien de différents organismes et institutions tels que les réseaux associatifs comme le FORUM ou encore des acteurs du territoire. Nous pouvons citer la Fédération des Vins de Nantes, les archives départementales de Loire-Atlantique mais également la Région Pays de la Loire, qui a assuré l'encadrement scientifique de l'opération et a mis à disposition des moyens humains et matériels. Enfin, une grande partie de ces recherches reposent sur les ressources déjà présentes au Musée du Vignoble Nantes.

I. Identifier les négociants, trouver les négoce

1. Le négociant en Vignoble Nantais

a. Définition

La première étape consistait à définir le métier de négociant. Aujourd'hui, ce terme renvoie à une « activité d'échange ou de commerce à petite ou grande échelle. Négoce tend à vieillir et à ne désigner guère plus que le commerce de gros, les activités des organismes financiers, des intermédiaires commerciaux et de l'import-export ». Concernant ce qui nous intéresse ici, soit le milieu de la vitiviniculture, le terme de « négoce » désigne en général le fait d'acheter des vins en quantité assez importantes, avant de les revendre, souvent en les exportant vers d'autres régions ou d'autres pays.

Néanmoins, il est important de préciser que la définition du mot « négoce » n'est pas la même entre le XIX^e et le XX^e siècle car derrière ce terme se cache un large éventail de pratiques qui diffèrent selon les époques, mais aussi le milieu et pour notre cas le vignoble nantais.

b. Une image typique du négoce en Vignoble Nantais

Concernant le vignoble nantais, l'image du négoce à l'heure actuelle s'est construite sur les pratiques de la seconde moitié du XX^e siècle. Les vins produits en région nantaise reposent sur deux piliers : la « vente directe », c'est-à-dire la vente directement par le viticulteur ; la vente via le négoce. Celui-ci fait alors office d'intermédiaire, il rassemble la production et l'écoule. Cette seconde option est prépondérante au cours du XX^e siècle et c'est sur cette dernière que nous allons particulièrement nous pencher. Bien qu'une telle transaction puisse dans les faits prendre des formes diverses nous allons nous attacher à en faire une description globale. Ce type de commercialisation des vins amène à interagir trois acteurs principaux : le négociant, le viticulteur et un courtier. En effet, au lieu de vendre partiellement ou totalement le vin à un négociant, la tradition du vignoble nantais veut que le viticulteur fasse appel à un courtier. Ce dernier se charge de concilier les intérêts commerciaux du producteur d'une part et du négociant d'autre part. Si accord, souvent oral, il y a, les vins sont « retirés » ou « collectés » par le négociant, soit avec ses propres camions, soit à l'aide d'un transporteur spécialisé. C'est au négociant que revient la tâche de stocker les vins dans ses magasins ainsi que celle de les écouler en utilisant son réseau commercial reposant notamment sur des représentants souvent multi-cartes, parfois salariés. Les vins sont enfin expédiés aux acheteurs via les camions du négoce ou via des transporteurs spécialisés.

L'étape du stockage de la cuvée peut donner lieu à la réalisation d'un assemblage par le négociant lui-même et/ou le maître de chai pour répondre à plusieurs objectifs. Cette technique peut permettre d'atteindre une certaine typicité, qu'on estime propre au cépage qu'on assemble. L'assemblage permet également de contrebalancer les défauts de la cuvée, par exemple une acidité trop prononcée mais également de trouver un goût particulier, que l'on associe ensuite à une marque. Cela a notamment été le cas pour les vins de table non millésimés, dont l'identité était garantie par un nom facile à mémoriser, donc le goût devait être standardisé autant que possible d'une année sur l'autre.

c. Un négoce, ou plutôt des négoce ?

Plutôt que de parler de négoce au singulier, il faudrait plutôt parler de « négoce », tant les pratiques sont diversifiées mais il faut également noter qu'un même négoce peut travailler les vins

de façons diverses, souvent pour répondre aux besoins variés de sa clientèle. Ainsi, la classification majeure, retenue par les négociants eux-mêmes, consiste à distinguer le négociant distributeur, le négociant expéditeur et le négociant éleveur. Le premier est celui qui effectue le nombre le plus réduit d'opérations en s'attachant à livrer des vins en vrac (assemblés ou non) à d'autres négociants, à des grossistes installés dans d'autres villes ou dans d'autres pays. Le négociant distributeur réalise davantage d'opérations et livre un produit « fini », en bouteilles ou en fûts, le plus souvent à des cafés hôtels restaurants (CHR), voire à des particuliers. Enfin, le négociant éleveur ne fait pas entrer des vins, mais des moûts, voire de la vendange fraîche, qu'il vinifie dans ses murs. Il est celui qui capte la plus grande partie des étapes de production, de la vinification jusqu'à l'expédition. Ces trois classifications majeures comportent elles-mêmes des sous-catégories : un négociant qui livre sa clientèle en fût ne travaillera pas du tout de la même façon qu'un négociant qui embouteille chez ses fournisseurs avant de livrer des vins en bouteilles ; pour autant tous deux seront considérés comme négociants distributeurs.



Couverture du répertoire des marchands de vin, collaboration entre Le Forum et le Pays du Vignoble Nantais

2. Trouver les négociants

La première étape a constitué en la recherche des noms du négoce des vins en vignoble nantais local à partir des archives. Il s'agissait d'exploiter notamment les recensements de populations ainsi que les registres paroissiaux, depuis la Révolution. Ce travail conséquent a été rendu possible par l'implication des associations d'histoire locale, formant le réseau associatif FORUM. Il a ainsi permis de créer un fichier d'environ 400 négociants, actifs de la fin du XVIII^e siècle jusqu'à nos jours.

La plus forte densité de négociants a été relevée dans deux communes en particulier : Vallet, avec 90 négociants et la Chapelle-Heulin, avec 50 négociants. A partir d'exemple précis il est possible de brosser un portrait des négociants. Concernant leurs origines tout d'abord ; il peut s'agir de personnes relativement installées, des notables ou encore des personnages issus de la bourgeoisie locale. Ainsi plusieurs marchands de vins occuperont des postes en mairies ou bien appartiennent à la famille de maires. Nous pouvons citer :

- Marcel Sautejeau, installé à la Chapelle-Heulin, était maire au Pallet.
- Louis Beauquin, marchand de vin, a été maire de Vallet durant 12 ans.
- Henri Defontaine, qui aux alentours des années 1910/20 est l'un des premiers à avoir l'électricité et une voiture et qui est président d'une association d'ancien combattant et d'une association catholique.

L'autre grande constance est le lien étroit avec la tonnellerie : énormément de marchands de vins cumulent les casquettes, en étant également des tonneliers ou bien proviennent de ce milieu. Ceci est valable tout au long du XIX^e siècle, jusqu'au milieu du XX^e siècle. La tonnellerie était très répandue notamment en bords de Sèvre, car le tonneau était le moyen privilégié du transport des vins. À titre d'exemple, l'un des marchands de vins les plus connus du vignoble, Donatien Bahaud, était à l'origine tonnelier chez un autre marchand de vin, Ferdinand Baud, à la Haye-Fouassière.

Ensuite, le négoce est souvent une affaire de famille : on compte de nombreuses lignées de marchands de vin ; c'est une activité qui est souvent reprise soit par les fils, soit par les gendres et cela jusque dans la seconde moitié du XX^e siècle. À ce titre la période récente, qui voit les négoce sortir du cadre familial, est davantage une exception qu'une règle. On peut citer quelques lignées de négociants : les Guilbaud de Mouzillon, sur trois générations ; les Drouet, à Vallet, sur quatre générations ; les Toublanc-Giraud, à la Haie-Fouassière, sur trois générations.

Le dernier élément essentiel est qu'il s'agit de gens « du cru ». Pour reprendre les mots du géographe Raphaël Schirmer, on a affaire à un commerce d'extraction rurale et locale, notamment à compter de l'entre-deux guerres. La ville de Nantes se désinvestit de son vignoble : ce sont alors avant tout des entrepreneurs locaux qui se lancent dans le commerce du vin. D'ailleurs, la plus grande part de ces négociants, qui commencent dans les années 1930, sont des viticulteurs en parallèle parce qu'ils ont hérité de vignes par leur implantation familiale de longue date. Ils resteront viticulteurs une grande part de leur vie. En tout cas, ils feront travailler leur vigne par d'autres. Souvent, cela mènera à des situations où ils vendront une partie de la récolte issue de leur propre vigne à la société de négoce qu'ils dirigent. Donc ils intégreront leur vin dans les assemblages qu'ils peuvent réaliser dans leurs chais. On assiste ainsi à la naissance d'un

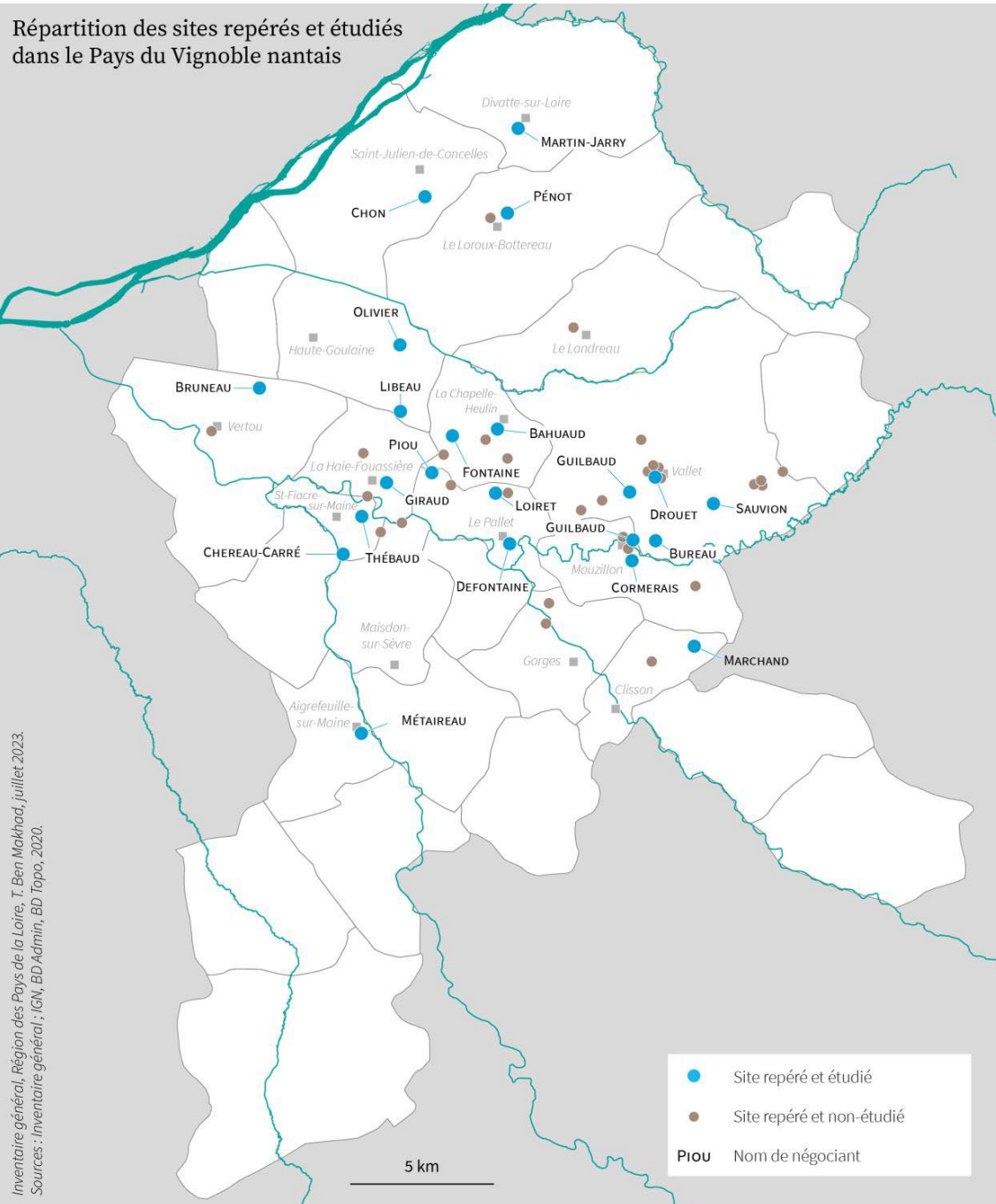
microcosme avec assez peu d'intervenants extérieurs. On peut citer l'exemple de l'entreprise Boutin qui propose de l'étiquetage et de l'embouteillage à Clisson. Il y a des cartonneries, des maçons qui vont réaliser les chais et les cuves en vignoble nantais et pour le courtage, le négoce. La viticulture, le courtage et le négoce opèrent dans la « bulle » du vignoble nantais entre des familles qui se connaissent toutes ; cela facilite probablement l'oralité dans le monde des affaires, où peu de contrats sont signés. Il y a beaucoup de parole donnée, de tacite dans les relations. Bref, la commercialisation des vins locaux se fait à travers des figures locales.

Cela étant dit, une fois la liste de noms liés à des communes établie, il reste encore à trouver où se situent précisément ces négoce. Reste-t-il du bâti, au-delà des lieux les plus connus ?

3. Trouver les négoce

Le travail réalisé par les associations était indispensable mais laissait des localisations seulement partielles : certains lieux étaient connus donc aisément identifiables. Beaucoup de noms sont simplement liés à un village, un lieu-dit. Pour d'autres, seule l'information de la commune est disponible.

La seconde phase a donc consisté à retrouver des localisations exactes pour chaque nom de négociant. Cela a été possible de deux manières. La première a consisté à solliciter la mémoire locale. Trouver des témoins capables de raconter l'histoire des lieux ou bien de simplement se souvenir de l'usage d'un lieu comme magasins à vin. Cela offre de très bons résultats pour la seconde moitié du XX^e siècle et compense le manque de précision d'un travail superficiel en archives. La seconde consiste à interroger le cadastre napoléonien. Ce cadastre ancien est une excellente source pour lier des personnes avec des propriétés, des années 1810/1820 jusque vers 1960. Le dépouillement est là aussi assez long et offre des résultats mitigés. Les localisations manquent parfois de précision et les bâtiments ne sont pas toujours bien caractérisés. Mais parfois on trouve un bâtiment nommé « magasin à vin » et on parvient à le localiser sur le plan du cadastre ancien. Il reste simplement à croiser les doigts pour que le bâtiment soit encore en place. À partir de là, il faut utiliser des vues aériennes et aller confirmer sur place.



Les informations réunies par Forum, les témoins ainsi que l'usage du cadastre ont permis de recenser 91 bâtiments ayant abrité ou abritant encore une activité de négoce. À cela s'ajoutent 31 bâtiments localisés mais détruits probablement dans les 20 à 30 dernières années.

Il y a une forte concentration dans le cœur du vignoble à Vallet à la Chapelle-Heulin. Il y a aussi un certain nombre de négoce dans le dans le nord du vignoble. En revanche, dans le sud, il y en a peu. Historiquement, il y a moins de vignes, c'est plus loin des axes de circulation et donc on a une densité de négociants qui est bien plus faible. Par exemple, à Aigrefeuille-sur-Maine.

Ainsi, à chaque fois qu'un bâtiment était repéré, on l'ajoutait avec sa position approximative. Apparaissent sur les cartes, tous les bâtiments de négoce qui ont pu être repérés depuis la fin du XVIII^e siècle jusqu'à nos jours.

II. Le négoce en pratique

1. Le chai de négoce

a. Un lieu de stockage ordinaire

Les usages des chais de négociants sont profondément liés à l'évolution économique du vignoble et des techniques de vinification. Au tournant du XIX^e, il existe notamment des vignes en fermage, des grands propriétaires qui confient à des individus la responsabilité de rassembler la production qui est ensuite transportée à Nantes. On a là affaire à des domaines, souvent rassemblés autour d'une maison de maître. Cette période nécessiterait un travail d'historien pour mieux cerner les personnalités de ces grands fermiers, la façon dont le vin était rassemblé, travaillé, transporté.



Négoce Arnaud, La Pilotière, La Chapelle-Heulin

Cette façon de procéder disparaît au cours du XIX^e siècle de mutation pour le vignoble nantais. D'une part avec des crises comme l'oïdium en 1852, puis le mildiou et le phylloxera dans les années 1880, qui réduisent fortement les surfaces plantées et appauvrissent la viticulture locale. D'autre part avec les débouchés : l'utilisation des vins nantais pour la production d'eau de vie diminue tandis que le siècle voit l'essor d'une classe ouvrière. Celle-ci est très consommatrice des vins du vignoble nantais, qui trouve un débouché local près des grands sites industriels, notamment les cafés nantais à proximité des chantiers navals. Ce débouché est durable jusqu'à la fermeture des chantiers dans les années 1980. A titre d'exemple, le patron du café dit de « l'ancre d'or » (aujourd'hui Au coup d'arrosoir, Bd Gustave Roch) se vantait d'écouler une barrique de vin rouge

par jour soit 225 litres. Le débouché en vin courant au sein même du vignoble était énorme : des vins de tables et des muscadets en vrac étaient servis dans les cafés de tous les bourgs, les bouteilles sortaient plutôt pour les grandes occasions.

En résumé, on fait face à un vignoble en difficulté économique, qui doit répondre à une forte demande en vin de consommation courante.

Il s'agit de réussir à rassembler la production d'un vignoble où la production est atomisée, composée d'une multitude de petits propriétaires, de complanteurs, qui sont en polyculture. On commence à trouver les premiers véritables chais de négoce, fin du XIX^e, début du XX^e siècle, qui remplissent leur première fonction, la plus essentielle : stocker la production et l'écouler. On a alors affaire à des personnages qui cumulent souvent plusieurs métiers, pour lesquels le négoce de vins n'est qu'une part de l'activité : un bon exemple est la famille Piou, qui a traversé tout le XIX^e, notamment en vendant du vin. Ils possèdent un chai non loin du château de la Cassemichère, à Montifault sur la commune du Pallet. Typique des bâtis de négoce de l'époque, il répond en fait simplement au modèle de la maison vigneronne, avec sous-bassement dédié au stockage des vins et étage d'habitation. La famille Piou est active dans le commerce du vin sur trois générations mais elle pratique principalement la tonnellerie, ainsi que le commerce du bois et la viticulture. Ce sont de grands propriétaires terriens, qui ont pour partie vécu à Nantes, mais qui ne sont pas nantais ! Le dernier marchand de vin Piou, Constant Piou, meurt à Nantes mais tous ses enfants sont nés au Pallet. Leurs biens sont ensuite vendus à des locaux au tout début du XX^e siècle.



Chai du négoce Piou, La Cognardière, Le Pallet

Les négociants sur cette période ont l'option de transporter leurs vins via la Sèvre (elle mériterait étude approfondie) puis via le chemin de fer. Il s'agit de barriques, qui prennent aussi beaucoup la route et sont livrées en charrette.

Rien de tout cela ne nécessite encore de spécialisation du bâti, c'est pourquoi les bâtiments de négoce sur cette période sont difficiles à repérer et à caractériser. En réalité le bâtiment Piou

pourrait tout aussi bien être le cellier d'un vigneron. D'autres lieux de stockages sont encore moins caractéristiques. À la fin du XIX^e apparaissent des bâtiments clairement conçus comme des magasins à vin, par exemple celui de Dominique Guilbaud à la Pierre Blanche, à Vallet, où on retrouve ces doubles ouvertures en archères, qui sont assez typiques, avec un petit fronton triangulaire. Il est trop tôt pour parler de spécialisation mais on n'est déjà plus dans un usage opportuniste de bâtiments déjà en place. Au lendemain de la crise phylloxérique, le vignoble se replante massivement et de véritables marchands de vin, dont c'est l'occupation principale, voient le jour. Ils construisent donc spécifiquement pour cet usage. On peut citer

- le commerce Métaireau à Aigrefeuille, qui se lance en 1906 et construit son premier magasin en 1911,
- le commerce de Joseph Gaboriau, à Vertou, dont le magasin est bâti avant 1901,
- le commerce Drouet, à Vallet, qui construit son premier magasin en 1904.



Chai du négoce Dominique Guilbaud, La Pierre Blanche, Vallet



Chai du négoce Métaireau, Aigrefeuille-sur-Maine et chai et bureau du négoce Drouet, Vallet

On a donc l'apparition d'un bâti dédié, qui se spécialise à compter de l'entre-deux-guerres.

b. Spécialisation du bâti

Jusqu'aux années 1920, les chais de négociants attendent donc encore une véritable spécialisation. L'évolution la plus notable concerne le stockage des vins. Une étude complémentaire serait nécessaire pour borner précisément l'apparition des premières cuves aériennes ou enterrées. On

peut retenir qu'à compter de 1930, tous les magasins qui sont construits semblent équipés de cuves aériennes et/ou enterrées.

Elles sont construites de concert avec les bâtiments les abritant ou greffées à des chais existants. L'apparition de ces cuves aériennes et souterraines dans les décennies 1920/1930 autorise à la fois une gestion plus rationnelle de l'espace (comparativement au fût), une meilleure conservation des vins mais facilite aussi les pratiques d'assemblage et de coupage, grâce à des cuves nettement plus imposantes. À ce titre les cuves aériennes possèdent l'avantage d'être munies de jauges en façade facilitant nettement ces opérations (ce qui est plus difficile à faire avec des cuves enterrées par exemple). Les cuves enterrées de leur côté ont un avantage aussi : elles conservent le vin à la température du sol. Donc il n'y a pas besoin de toutes les techniques complexes qu'on a pu mettre en place par la suite pour refroidir le vin, qui sont très coûteuses en énergie.

Autre révolution, les quais qui permettent un (dé)chargement rapide des vins ou des fournitures : ils deviennent le symbole du règne nouveau, en logistique, les camions. Cela réduit considérablement l'usage du chemin de fer, qui continue être utilisé assez tard. La plupart des négociants privilégient fortement le camion, tout simplement car il est beaucoup plus souple, pour les mêmes raisons qu'aujourd'hui. L'usage du camion est souple, pratique ; il permet d'emmener le vin d'un point A à un point B sans avoir à aller charger le vin en gare et ensuite le décharger. Le transport sur la Sèvre nantaise, lui, a pris fin depuis longtemps : au cours du XIX^e siècle. La quasi-totalité du corpus postérieur à 1930 est doté de quais. Le négoce bâti par les frères Guilbaud à Mouzillon est représentatif de cette tendance à la construction de bâtiments sur mesure. Au premier chai avec le petit Bacchus en fronton, construit en 1927 et ayant essentiellement abrité de la futaille, vient s'ajouter un nouveau bâtiment bien plus imposant, construit à la fin des années 1930. On y trouve les deux éléments qui, appliqués de concert, peuvent être considérés comme représentatifs des négoce qui sont dorénavant construits : séries de cuves aériennes et enterrées, avec accès direct à un quai de chargement.



Chais du négoce Guilbaud, Mouzillon

Il s'agit par ailleurs d'un des derniers bâtiments de négoce présentant des éléments de décor typiques de l'architecture locale du début du XX^e siècle. À de rares exceptions près, les chais de négoce sont, ensuite, des constructions fonctionnelles, dénuées de toute ornementation. L'usage de matériaux locaux est abandonné. Les ouvertures sont des baies sans oriture. Les vantaux en tôle, montés sur rail ou encadrés de béton, deviennent la norme.

Le négoce Pénot se distingue tout de même par une mise en œuvre plus soignée, grâce à un usage simple mais esthétique de la brique. Il s'agit là d'une exception. On y retrouve, comme c'est dorénavant la règle, quai de chargement et cuves enterrées ou aériennes.

Le négociant Defontaine au Pallet, le fameux notable qui est l'un des premiers à avoir eu l'électricité au Pallet, fait construire des cuves dans un chai, justement qui n'en contenait pas à l'origine. On se rend compte que ses cuves ont été reprises par la suite. On a une forme assez ancienne de porte de cuve qui a été retravaillée.



Cuves du négoce Defontaine, Le Pallet

À la veille de la Seconde Guerre mondiale les sites de négoce commencent alors leur in, ation. On constate des agrandissements successifs. Citons le cas du négoce fondé par Jules Olivier, à Haute-Goulaine, dont la construction s'échelonne de 1952 à 2000 : le béton, mis en œuvre (murs et charpentes) pour la majeure partie du bâti, cède le pas à de la tôle reposant sur des poutres cintrées d'une portée supérieure à 20 mètres.



Magasins du négoce Olivier, La Laise, Haute-Goulaine

Le négoce Bonnet, au lieu-dit La Bronnière, à Vallet, développe ses chais entre les années 1930 et la fin des années 1980, les espaces de stockage de vins s'agrandissent, une zone d'embouteillage s'ajoute, puis un lieu de stockage des matières sèches avec de nouveaux quais.

Souvent ce sont de nouveaux bâtiments qui sortent de terre. Au négoce Loiret, au lieu-dit Brétigné (Le Pallet) le premier bâtiment de 1939 se voit adjoindre un second chai en 1964, qui triple les capacités de stockage de l'entreprise.



Magasin du négoce Loiret, Brétigné, Le Pallet

Les négociants veulent construire quelque chose de plus récent et où on va vraiment optimiser les flux de production et le parcours du vin au sein du bâtiment. De plus ils s'exportent en dehors des centres-bourgs pour ne plus avoir de problématique d'accès de camion.

Pourquoi de tels agrandissements ? Les raisons sont multiples. Tout simplement on plante plus : jusqu'au début des années 1990, le nombre d'hectare planté est en augmentation croissante. Il faut donc davantage de stockage et la petite viticulture n'a pas forcément les moyens de se faire bâtir des cuves en béton, qui sont quand mêmes très coûteuses.

Il y a aussi le progrès des techniques de vinification avec les investissements dans un outillage coûteux et encombrant (fûts et pompes, plus tard groupes de froid). La réglementation se complexifie : l'environnement réglementaire de plus en plus complexe nécessite la mise en place

de secrétariat. Donc tous les négoce vont se doter de secrétariat avec des employées qui sont chargées des acquis des congés. Ce terme qui désigne les droits qu'on paye sur les vins, que l'on transporte et que l'on achète. Ceci a imposé aux négoce de ne plus être de simples lieux de transit des vins. L'absence de mouvement coopératif ralentit l'adoption par les viticulteurs de ces lourds investissements. Au même moment dans le sud de la France, le mouvement coopératif fait sortir de terre des chais très imposants dans lesquelles on trouve des cuves enterrées et des cuves aériennes très imposantes, qu'on peut presque qualifier de cathédrales.

Il n'y a pas que les vins locaux, une part importante des vins traités par les négociants sont des vins importés : jusque dans les années 1960 des vins d'Algérie, puis des vins du Midi, puis dans un dernier temps des vins européens, espagnols et italiens. Il y a aussi une clientèle très demandeuse de vins forts, à treize quatorze degrés. Donc on vend même parfois ces vins algériens tels quels. Certains négoce ne travaillent quasiment pas de AOC locales mais uniquement des vins importés, qu'ils utilisent comme vins de coupage par exemple.

En résumé, les surfaces occupées par les chais de négoce vont en s'accroissant. Ce phénomène prend deux formes, la première est celle de la délocalisation. Les chais de centre-bourg sont délaissés au profit de nouveaux bâtiments périphériques au bourg ou installés dans les villages alentours comme le négoce de Drouet à Vallet, ou le contre-exemple de Bahuaud, à Mouzillon.



Nouveaux magasins Drouet, Vallet

c. Diversification des pratiques

Après-guerre, l'usage du chai se diversifie encore. L'embouteillage, en particulier, se répand, sans jamais devenir une norme. Les négoce qui font le choix de la mise en bouteilles doivent cependant revoir l'organisation de l'espace ou bien investir dans de nouveaux bâtiments. L'environnement réglementaire se complexifie également et, avec l'augmentation des volumes traités, oblige les négociants à se doter a minima d'un secrétariat, voire de laboratoires d'analyse. Le nombre

d,employés augmente. Au négoce d,Émile Cormerais (Beauregard, Le Pallet), plutôt modeste, on comptait un maître de chais encadrant 2 à 3 employés de chais, autant d,employés de secrétariat, 4 à 5 chauffeurs ainsi qu,un mécanicien. Les plus gros pouvaient avoir jusqu,à une centaine d,employés. C'est le cas de chez Donatien Bahaud où tous les corps de métiers sont représentés et énormément d'opérations sont internalisées. Le recours à des saisonniers était fréquent, notamment durant les périodes d,embouteillage.



Magasin du négoce Cormerais, Beauregard, Le Pallet

C'est précisément dans ce contexte qu'apparaît une variété de négociants polyvalents. Ils varient aussi par les quantités de vins qu'ils travaillent, leur choix du qualitatif ou du quantitatif (souvent un entre-deux), le travail en vrac ou en bouteille exclusivement (souvent un entre-deux). On peut citer quelques exemples comme Gabriel Thébaud à Saint-Fiacre-sur-Maine, qui travaillait de petites quantités de vins et recevait sa clientèle dans ses chais. Il embouteillait et travaillait essentiellement du muscadet, pour 60 000 à 80 000 bouteilles par an. Il vini'ait lui-même.



Magasin et laboratoire du négoce Thébaud, Saint-Fiacre-sur-Maine

Autre négoce faisant de l'embouteillage : le négoce Loiret, au Pallet. Il a commencé à faire beaucoup d'embouteillage alors même qu'il faisait plutôt du vrac à l'origine, mais pas dans les mêmes quantités : 2 millions de bouteilles en 1995. Il embouteillait sur une ligne d'embouteillage, au domaine, car c'est une obligation du « sur-lie ». Mais il ne vini'ait pas.

Michel et Solange Lechat à Vallet, travaillaient uniquement en vrac, dans des quantités modestes.

A contrario, le négoce Beauquin-Sautejeau, à la Chapelle-Heulin, était la première entreprise du vignoble en termes de volumes, tant en vrac qu'en bouteille : elle travaillait énormément avec la grande distribution, ce à quoi d'autres négoce se refusaient catégoriquement.



Magasins Beauquin-Sautejeau, La Chapelle-Heulin

À l'opposé on trouve des négoce qui ont voulu acquérir une image de négoce plus qualitatif, où les termes de « maison » ou de « domaine » sont plus volontiers employés, comme les Sauvion, à Vallet, qui utilisent l'image du château, ou encore les Chéreau-Carré, à Saint-Fiacre-sur-Maine, qui participent volontiers à la promotion du Muscadet. Ce sont aussi des négoce qui mettent en avant leur activité viticole, laquelle a eu tendance à prendre de l'ampleur.



Château du Cléray et chais Sauvion, Vallet



Domaine Chasseloir, chais Chéreau-Carré, Saint-Fiacre-sur-Maine

Succinctement, la seconde moitié du XX^e siècle voit un véritable écosystème, complexe, se mettre en place, où chaque acteur cherche sa place et modifie ses pratiques selon les circonstances.

Par exemple, les Gautier père et fils, à Vallet, éprouvaient des difficultés à travailler des muscadets, notamment à cause d'une forte concurrence de l'entreprise Martin Jarry. Ils investissent alors dans une niche économique, l'envoi de vins blancs locaux, non AOC, vers l'Allemagne, afin que ceux-ci soient transformés en mousseux. C'est un exemple typique de plus-value propre au négoce, où des investissements lourds dans la filtration des vins et le transport étaient nécessaires.



Chais Gautier, Vallet

Le négoce Giraud, à la Haye-Fouassière, se spécialise dans les vins de table dans les années 1970-80. Il se trouve en difficulté lorsque la demande de la clientèle change. Il utilise alors leur laveuse à bouteilles comme complément d'activité, qu'il met notamment à disposition des vignerons : la demande est énorme.



Cuves au négoce Giraud, La Haye-Fouassière et ' lm promotionnel français/chinois, Michel Bahuaud

La société de négoce de Michel Bahuaud a la spéci' cité d'être un négociant sans magasins. C'est un cas unique dans le vignoble. Fils de Donatien Bahuaud, il se lance sous son nom propre dans l'export du muscadet et parvient à s'imposer sur des marchés diWciles, notamment en Chine.

2. Un cas concret : le négoce Bahuaud

a. Historique

Donatien Bahuaud est un personnage intéressant lorsqu'on étudie le négoce, puisqu'il cumule un certain nombre de spéci' cités évoquées jusqu'ici. C'est un personnage « du cru » : il est ' ls d'un sabotier de la Chapelle-Heulin. Il commence comme tonnelier chez Ferdinand Baud, négociant à la Haye-Fouassière. Il répond à l'idée du négociant « self made man », qui commence avec peu (dans la cave familiale), qu'on trouve dans d'autres négoce, par exemple Jules Olivier ou Bernard Chéreau. Il fait construire en 1942 des premiers bâtiments directement hors du bourg, sur le site de la Loge, avec la place nécessaire pour de futures extensions. Cela répond à une tendance générale, qu'on peut retrouver chez Martin-Jarry à Divatte-sur-Loire ou Toublanc-Giraud à la Haye-Fouassière. Le négoce qu'il bâtit pratique aussi bien la distribution que l'expédition et l'élevage des vins. Le bâti ne cesse de s'accroître en dimensions, puisque, de 1950 à 2012, chaque décennie voit la construction d'un ou plusieurs bâtiments. C'est aussi une entreprise avec une branche export, qui expédie des vins en Belgique, en Angleterre, aux Japon, aux USA.



Négoce Bahuaud, après 1958

Le négoce Bahuaud est très représentatif de l'importance fondamentale de la route dans l'essor de ces entreprises : il lance une offre de transport routier en 1965, les transports Bahuaud, qui rejoignent d'autres grands noms du transport en vignoble nantais (Barré, Moret-Paquier, Charpentier). Comme de nombreux autres négoce, c'est une entreprise qui internalise beaucoup d'opérations, le transport mais aussi l'embouteillage, le lavage, l'activité de tonnellerie lorsqu'il y en avait encore, les analyses en laboratoire, etc.

C'est surtout une entreprise de négoce qui dispose de ses propres vignobles ainsi que d'un château.

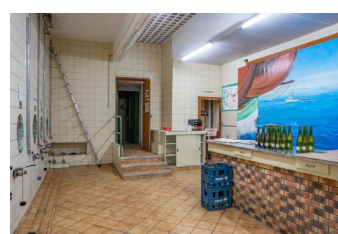
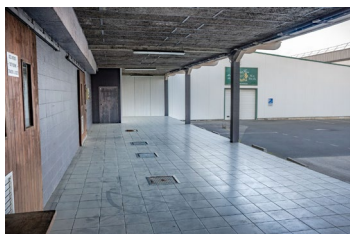
Bien que ce ne soit pas tant sur le château que joue Donatien Bahuaud pour son image, là où il fait la différence, c'est sur l'usage de son image. La plupart des négoce sont connus par leurs noms de familles, Donatien Bahuaud utilise cette corde en mettant en scène son prénom dans le slogan de l'entreprise « Dites bien Donatien », avec une très forte ambition publicitaire : beaucoup de produits dérivés, une collaboration avec l'artiste Jorj Morin, du sponsoring, et, signe de cette très grande incarnation, la naissance posthume de la cuvée « master de Donatien », avant garde qualitative des muscadets Bahuaud.



Objets publicitaires Donatien Bahuaud et Master de Donatien

b. Les chais Bahuaud

Le site de négoce rue de la Loge se compose d'un ensemble de bâtiments d'un seul tenant, dont la construction s'est échelonnée entre les années 1940 et 2000.



À l'est, l'ensemble bâti s'organise autour d'une vaste cour utile à la circulation, au chargement et déchargement ainsi qu'au parcage des camions et camions-citernes. On trouve aussi les bâtiments de bureaux à l'étage, un quai primitif en bas qui permet le déchargement des vins directement dans des cuves souterraines. Des maisons vont être rachetées au fur et à mesure par l'entreprise. Le bureau de Donatien Bahuaud lui-même donne à la fois sur la cour et sur la route puisque, paraît-il, il aimait bien surveiller ce qui se passait, qui rentrait dans l'entreprise. On trouve la salle de dégustation, les cuves aériennes et enterrées (en 1999 la capacité était de 40.000 hl), verrées, epoxy, cuves inox. Le bâti comprend aussi la salle d'embouteillage, de tirage des vins et le laboratoire moderne, puisque c'était un négoce qui était doté de deux laboratoires. Ces laboratoires très spacieux lui permettaient de faire ses propres analyses, qui étaient obligatoires, même s'ils n'avaient pas permis de passer à des entreprises spécialisées comme Chaigneau par exemple, qui a été très actif sur le vignoble.

Les établissements Bahuaud sont cédés, en 2004, au négociant rhodanien Gabriel Meffre. Placée en redressement judiciaire en 2006, la maison Bahuaud passe entre les mains de la société saumuroise Ackerman en 2009. Le site de production est vendu à Drouet Frères en 2007 puis est récupéré par Ackerman à partir de 2016.

La production cesse définitivement en 2022, après 80 ans d'activité.

Conclusion

Les négoce ferment leur porte à compter des années 1990 et les causes s'inscrivent dans la crise qui touche le secteur durant cette période avec des gelées à répétition comme en 1991. Les années suivantes voient la quantité de vin disponible diminuer très fortement. Les principales raisons avancées tournent donc aussi autour de la perte importante de débouchés à l'export, s'expliquant par l'augmentation des cours, mais aussi par une offre inférieure à la demande laissant des parts de marché disponibles pour d'autres vignobles européens. Mais des causes plus profondes sont

aussi à prendre en compte, parmi lesquelles nous retrouvons l'échec d'un certain nombre de négoce à effectuer une transition vers la qualité. Ils doivent donc changer leurs pratiques ou bien ils ne trouvent pas de repreneur. La plupart du temps, les négoce s'éteignent lentement : pas de fermeture brutale mais simplement pas de reprise par la famille par exemple. Il y a aussi l'accroissement des parts de vente direct par les viticulteurs, ainsi que la concurrence des grands groupes de brasserie, qui accaparent la clientèle grâce à des pratiques commerciales plutôt agressives. Ainsi, les négoce parvenant à franchir ce cap difficile sont notamment ceux qui possèdent beaucoup de vignes mais aussi ceux ayant diversifié leur activité, en se lançant dans la distribution généraliste de boissons, à l'image des négoce Olivier ou négoce Macé à Divatte-sur-Loire. Mais en règle générale, une page se tourne, des rachats se multiplient, les gros rachètent les petits et des négoce tombent dans l'escarcelle de la mondialisation avec de grands groupes. Nous avons comme exemple les grands chais de France, Ackermann, Castel, qui rachètent ces négoce les uns après les autres. Il reste malgré tout quelques rares négoce familiaux aujourd'hui, ce sont vraiment des exceptions. Il y a également des viticulteurs qui prennent des cartes de négoce, qui font donc en parallèle de leur activité principale des achats de vins.

Enfin, ces mutations du secteur du négoce au cours des années 2000 entraînent également des disparitions en série sur le plan du bâti, notamment au Loroux-Bottreau chez Pénot. Nous avons de nombreux exemples pour la commune de Vallet, comme les établissements Gautier et Guérin. A l'heure actuelle certains sont encore en sursis comme le site de la Loge ou le négoce Bonnet à la Bronnière. Il nous faut néanmoins noter l'existence de certaines reconversions heureuses, telles que les locaux du négoce Métaireau à Aigrefeuille-sur-Maine, qui abritent désormais une activité de cave (vente aux particuliers), ou une partie du négoce de Louis Beauquin, à Vallet, qui est exploité par un atelier de métallerie. Ces bâtiments de négoce ce sont également reconvertis en habitations ou en lieux de stockage.



Magasin du négoce Pénot, Le Loroux-Bottreau

La préservation du patrimoine industriel est appelée à souffrir d'une pression croissante et à s'effacer de nos villes ; cela est particulièrement vrai pour le négoce qui présente des bâtis avec beaucoup de cuveries, difficiles à reconvertir, et souvent peu esthétiques. La plupart du temps, des projets immobiliers prennent la place dans un contexte où les terrains constructibles sont de plus en plus rares, parce qu'on a une politique de « zéro artificialisation nette ». Les terrains constructibles sont appelés à se réduire et les premiers à en faire les frais sont justement tout ces éléments de patrimoine industriel, qui laissent leur place à la construction d'habitations.

L'intérêt du projet qui est porté ici prend tout son sens car il a, en l'occurrence, parfois pris les traits d'un inventaire d'urgence. Il s'agissait également de recueillir ces témoignages, afin de sauvegarder la mémoire de cette page essentielle de l'histoire économique du vignoble, qui méritait d'être sauvegardée.