

Le tourisme du vin et de la gastronomie en Rioja

Cadre, acteurs et limites

Wine and gastronomic tourism in Rioja. Context, players and limits

Article publié le 15 décembre 2022.

Joël Brémond

DOI : 10.58335/territoiresduvin.2435

☞ <http://preo.ube.fr/territoiresduvin/index.php?id=2435>

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous [Licence CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

Joël Brémond, « Le tourisme du vin et de la gastronomie en Rioja », *Territoires du vin* [], 14 | 2022, publié le 15 décembre 2022 et consulté le 30 janvier 2026. Droits d'auteur : Le texte seul, hors citations, est utilisable sous [Licence CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.. DOI : 10.58335/territoiresduvin.2435. URL : <http://preo.ube.fr/territoiresduvin/index.php?id=2435>

La revue *Territoires du vin* autorise et encourage le dépôt de ce pdf dans des archives ouvertes.

PREO

PREO est une plateforme de diffusion [voie diamant](#).

Le tourisme du vin et de la gastronomie en Rioja

Cadre, acteurs et limites

Wine and gastronomic tourism in Rioja. Context, players and limits

Territoires du vin

Article publié le 15 décembre 2022.

14 | 2022

Le tourisme œnogastronomique, levier du développement des territoires

Joël Brémond

DOI : 10.58335/territoiresduvin.2435

☞ <http://preo.ube.fr/territoiresduvin/index.php?id=2435>

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous [Licence CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

Introduction

Cadre géographique et historique

Les acteurs du tourisme du vin

Pour aller du général au particulier, citons d'abord les instances politiques Venons-en aux organismes, aux organisations professionnelles et autres (universitaires)...

Actions développées au niveau des producteurs, des *bodegas*

La gastronomie et le gastrotourisme

Des produits locaux de qualité

Des structures de consommations diversifiées

Conclusion, limites et risques

Introduction

- ¹ En 25 années consacrées à l'étude des vignobles et des vins de Rioja, nous avons assisté au développement exponentiel de l'œnotourisme dans cette région. Au cours des premières années de la décennie

1990, il s'agissait encore d'un phénomène marginal, dans la mesure où l'offre se limitait alors à quelques grandes *bodegas*¹ historiques. Le tournant se situe à l'orée du nouveau millénaire, ce qui donne d'ailleurs lieu à une curieuse initiative : le dépôt, en 2002, au Registro General de Patentes y Marcas, du terme « *enoturismo* » par la municipalité d'Aldeanueva de Ebro, commune viticole de Rioja Baja.

- 2 Dans la logique du titre de cet article, nous présenterons d'abord le cadre, géographique et historique, puis les acteurs locaux du tourisme du vin, ainsi que ceux du tourisme gastronomique, les deux domaines étant étroitement liés. Avant de terminer sur les limites et les risques de l'évolution actuelle de ces phénomènes.

Cadre géographique et historique

Illustration 1. Carte de l'Espagne viticole



- 3 Composée d'une seule province, celle de Logroño, La Rioja est l'une des plus petites Communautés Autonomes (CA) espagnoles : sa superficie se limite en effet à quelque 5 000 km². Discrète, apparemment peu favorisée, elle pouvait passer relativement inaperçue jusque

dans les années 1990 ; sauf en ce qui concerne son vin, car il s'agit, depuis des décennies, de la première *Denominación de Origen*² espagnole pour la production et la vente de vins fins rouges.

4 La zone du vignoble est relativement homogène³, composée majoritairement de petites parcelles, ce qui ajoute à l'harmonie des lieux. La vallée de l'Ebre présente un relief ondulé, encadré par des chaines de montagnes dont les plus hautes dépassent 2 000 mètres. Il s'agit d'un paysage très humanisé, comme dans tous les grands vignobles, mais l'habitat y est groupé ; il s'en dégage un charme certain, indéniable.

Illustration 2. Paysage caractéristique de vignoble en Rioja



Photo : Joël Brémond.

5 Historiquement, les *bodegas* sont situées dans les villes ou les villages, avec un regroupement spectaculaire dans le *Barrio de la Estación*⁴ de Haro, dont les caves historiques datent de la deuxième moitié du XIX^e siècle, à la suite de la création de la ligne de chemin de fer reliant Logroño à Bilbao et à la frontière française.

6 L'émergence du vignoble de Rioja comme région de production de vins fins se produit, précisément, au cours de la deuxième moitié du XIX^e siècle⁵. Déjà on y construit des caves modernes et spectaculaires, qui logiquement attirent les visiteurs, mais de façon marginale,

et que nous pourrions qualifier de « mondaine » ; il s'agit en effet essentiellement de têtes couronnées, ou d'élites de tous ordres...

- 7 Depuis la montée en puissance de la DO (dans les années 1980) et surtout sa montée en gamme (dans les années 1990), on a assisté à la floraison de caves spectaculaires, avec des gestes architecturaux forts, et parfois érigées en plein vignoble, hors des villages, et par conséquent en rupture avec les usages traditionnels.
- 8 À partir de ces années 1990, avec la multiplication des constructions et des initiatives, l'œnotourisme s'est considérablement développé, marquant de façon déterminante à la fois le paysage et les pratiques touristiques locales.
- 9 Quels en sont les acteurs ?

Illustration 3. La Rioja La Tierra con nombre de vino. Slogan du Gobierno de La Rioja



Les acteurs du tourisme du vin

- 10 « *La Rioja : La tierra con nombre de vino*⁶ ». Très présent localement, ce slogan, fort efficace, marque une sorte de consensus entre les divers acteurs du secteur, en liant étroitement le territoire et sa production emblématique dominante, le vin de Rioja.

Pour aller du général au particulier, citions d'abord les instances politiques

- 11 La CA La Rioja est souvent décrite comme un véritable cluster du vin, avec certes le secteur vitivinicole, mais aussi les activités associées qui s'y sont développées (production de matériel agricole et technique, conception et production d'étiquettes, de bouchons, de cartonnages, d'emballages, de barriques, de cuves, mais aussi le tertiaire avec des agences de design, de marketing...). On évalue en général à 20 % l'apport du secteur à l'économie locale, et c'est clairement l'élément moteur de la prospérité de la région.
- 12 Les pouvoirs politiques investissent explicitement sur ce levier de l'économie locale. Il est d'ailleurs symptomatique que l'actuelle présidente de la CA de La Rioja, Concha Andreu, soit œnologue de métier. Autre signe, Amaia López de Heredia, une figure connue du monde de l'œnotourisme en Espagne et dans la région, a été recrutée en 2019 comme directrice générale du tourisme (et donc comme responsable de l'œnotourisme) par la Communauté Autonome de La Rioja⁷.
- 13 Parmi d'autres événements et actions, le festival « *El Rioja y los cinco sentidos* » est une émanation du *Gobierno de La Rioja*, dans le cadre de *La Rioja Capital*⁸. Les municipalités et les collectivités locales sont également très présentes dans l'organisation et le déroulement de fêtes viniques, comme la *San Mateo* à Logroño, ou la *Batalla del Vino* à Haro... Elles collaborent également, au côté des organisations professionnelles, aux diverses Routes du Vin.

Illustration 4. La *Batalla del Vino*, Haro



Source : <https://sites.psu.edu/eanzianopassionblog/2020/03/26/the-hills-are-alive-but-not-with-music/>.

Venons-en aux organismes, aux organisations professionnelles et autres (universitaires)...

- 14 L'OIPVR⁹ et le Consejo Regulador¹⁰ qui en émane, sont très actifs. Ils ont élaboré des plans stratégiques successifs, mettant en avant l'œnotourisme comme une composante majeure de la stratégie de développement et de marketing de la DOCa¹¹.
- 15 Ils sont à l'origine de nombreuses opérations de promotion à l'international sur les marchés jugés prioritaires, avec des retombées en consommation, mais aussi en visites et en séjours dans la région ; de la réception d'une centaine de prescripteurs internationaux des pays visés, avec le même objectif ; d'initiatives du même type en Rioja même, et dans les grandes capitales régionales espagnoles ; ainsi que de sessions de formation au tourisme du vin.
- 16 On peut lire, dans la revue institutionnelle, *La Prensa del Rioja*, de nombreux articles sur l'œnotourisme, ou sur les lieux et les caves à

valoriser et à faire visiter. Précisons que cette revue a été classée « Meilleure revue du vin au Monde » en 2017 par Gourmand Awards.

Illustration 5. Couverture d'un numéro de la revue *La Prensa del Rioja*



- 17 Citons encore l'organisation de la manifestation “Tempranillos del mundo”, pour la valorisation du cépage local dominant et emblématique, le tempranillo ; la mise en place de politiques marketing explicites, comme le ciblage d'une clientèle jeune et premium ; le recrutement de parrains VIP, pour des manifestations de prestige, comme l'actrice Eva Longoria ou le basketteur Pau Gasol ; l'adhésion au groupe des « Grandes capitales mondiales du vin »¹². Notons enfin de nombreuses collaborations avec l'Université de La Rioja, sur des aspects techniques, relevant de l'oenologie, avec un master destiné à la formation d'oenologues, mais aussi la création d'un diplôme de master en œnotourisme.

Actions développées au niveau des producteurs, des *bodegas*

- 18 Les acteurs sont extrêmement divers, depuis des *bodegas* énormes (dont certaines commercialisent des millions de bouteilles par an), jusqu'à ce que l'on nomme localement des *cosecheros*, c'est-à-dire de petits vignerons intégrés, ceci en marge du système dominant où les viticulteurs se limitent à la production de raisin, alors que les *bodegas* assument toutes les autres tâches de la filière du vin.
- 19 L'aspect le plus visible, et le plus emblématique, c'est le recours à une architecture spectaculaire et à des signatures de réputation internationale. On pense immédiatement à Marqués de Riscal : à sa *bodega* traditionnelle datant du milieu du XIX^e siècle a été adjointe en 2006 une retentissante réalisation de Franck O. Gehry, dans la lignée du Musée Guggenheim de Bilbao, en faisant une des destinations privilégiées des visiteurs.

Illustration 6. Bodega Marqués de Riscal : l'hôtel conçu par Franck O. Gehry



Photo : Joël Brémond.

Illustration 7. Bodega Marqués de Riscal : un des bâtiments construits au XIX^e siècle



Photo : Joël Brémond.

- 20 Pour le groupe Domecq-Pernod Ricard, Santiago Calatrava signe la (petite par ses dimensions) *bodega* Ysios, vouée à se fondre dans le paysage, près de Laguardia, alors que la réalisation de la gigantesque *bodega* Campo Viejo¹³, près de Logroño (70 000 barriques, 25 millions de bouteilles produites par an...) est confiée à Ignacio Quemada Saénz-Badillo, qui décide d'enterrer la quasi-totalité des installations, pour ne laisser émerger qu'une assez modeste -mais élégante- construction alliant bois, pierre et verre.

Illustration 8. Bodega Ysios



Source : site de la Bodega Ysios.

Illustration 9 : Bodega Campo Viejo



Photo : Joël Brémond.

- 21 C'est la même logique qu'exploite Philippe Mazières pour la *bodega* Viña Real (Groupe CVNE), en creusant, près de Laguardia, une colline en profondeur, au point de faire appel, pour ce faire, à un tunnelier d'ordinaire destiné au creusement de lignes de métro. La partie émergée figure le sommet d'une énorme barrique comme fichée dans le sol.

Illustration 9bis. Bodega Viña Real



Photo : Joël Brémond.

- 22 Pour Baigorri, à Samaniego, Iñaki Aspiazu conçoit une *bodega* alliant habilement aspects technologiques, esthétique et développement durable. La cave est adossée à une colline, construite en escalier, permettant ainsi le transvasement du vin par gravité, d'un palier à un autre, lors des différentes phases de son élaboration puis de son stockage, limitant ainsi considérablement la consommation d'énergie. À l'étage le plus haut, les remorques déversent le raisin, et, au plus bas de l'installation, les camions prennent livraison des caisses de vin. Baigorri a acquis une réputation mondiale dans le monde des architectes, au point que, chaque année, elle accueille en voyages d'études de nombreux élèves d'écoles d'architecture, à l'échelle de la planète.

Illustration 10. Bodega Baigorri



Source : site de la bodega.

- 23 Même la très traditionnelle Bodega R. López de Heredia-Viña Tondonia, de Haro, s'est intégrée à ce mouvement. L'entrée des visiteurs à la cave se fait dorénavant par le « Frasco ». Cette carafe à décanter géante et stylisée, due à Zaha Hadid, est immédiatement devenue un des emblèmes du Barrio de la Estación de Haro.

Illustration 11. Bodega R. López de Heredia- Viña Tondonia



Photo : Joël Brémond.

- 24 Ce sont là quelques réalisations, parmi d'autres, parfois tout aussi spectaculaires, mais dont on ne met pas spécialement en avant les architectes, comme Dinastía Vivanco, avec son désormais célèbre

Museo de la Cultura del Vino, à Briones ; mais aussi Marqués de Murrieta, dont la *bodega* construite dans les années 1870 aux abords de Logroño sur la *Finca Igay*, a été fastueusement restaurée et agrandie au cours des dernières décennies ; ou encore Bodegas Beronia¹⁴, à Ollauri, dont les toutes nouvelles installations, étroitement intégrées dans le paysage, revendiquent fièrement la certification environnementale WfCP, Wineries for Climate Protection.

Illustration 12. Bodega Marqués de Murrieta



Photo : Joël Brémond.

Illustration 13. Bodega Beronia



Source : site de la bodega.

- 25 Les retombées médiatiques sont nombreuses, et clairement ciblées. Par exemple, Lopez de Heredia Viña Tondonia et Marqués de Riscal ont été classés dans le top Ten de la « World's Best Vineyards Academy » en 2019, et Marqués de Riscal accède même à la première place en Europe et la deuxième au monde en 2021¹⁵.
- 26 Ces caves rivalisent de standing, de réalisations ou de projets parfois pharaoniques, vidéos, photos de prestige et reportages dans les revues à l'appui¹⁶.
- 27 Elles recourent également à une communication premium pour la promotion de leurs vins. On y organise des « événements » divers : concerts, défilés de mode ; les Bodegas Riojanas à Cenicero, ont inauguré en 2017 une « Sala de sensaciones del vino », dans l'esprit de ce qui existe à la Cité du Vin de Bordeaux.

- 28 Dans de nombreux cas, il s'agit de constructions impressionnantes, et visant, d'ailleurs, clairement à impressionner le visiteur, ainsi que le client potentiel. Ces *bodegas* ont recours à la construction de bâtiments neufs, mais également à l'achat et à la restauration de châteaux historiques, comme, par exemple, l'acquisition récente par CVNE du Castillo de Davalillo, quasiment à l'état de ruine, à San Asensio.

Illustration 14. Castillo de Davalillo



Source : Diario de La Rioja.

- 29 Certaines grandes *bodegas* ont imaginé des actions groupées. Par exemple, les *bodegas históricas* du *barrio de la Estación* de Haro, organisent chaque année « *La cata*¹⁷ del Barrio de la Estación », qui obtiennent un énorme succès populaire, avec même des trains spéciaux affrétés depuis Logroño.
- 30 Les petits *bodegueros*, dont les *cosecheros* d'Alava, ne sont pas en reste. Ces caves se situent historiquement dans ce que l'on appelle localement les « *barrios de bodegas* », avec leurs collines truffées de *calados*¹⁸, à l'orée des villages, en dehors des zones d'habitation. Citons,

par exemple, les Bodegas Lecea, à San Asensio, qui organisent pour les (œno)touristes visites, dégustations, repas, et y compris des promenades en carrioles dans les vignes.

Illustration 15. Calado Lecea



Source : Bodegas familiares de Rioja.

- 31 De son côté, Valdemar (Oyón) propose ses « *Terrazas entre viñedos* », où l'on déguste le vin de la cave sur une terrasse posée au bord même des vignes. D'autres prônent le retour à des usages anciens et mettent en scène des attelages de chevaux ou de bovins dans les vignes.
- 32 Au total, l'offre oenotouristique est extrêmement riche et diverse, avec énormément de buts de visites : les (nombreuses) *bodegas*, bien sûr, mais aussi les paysages (avec des « *miradores* » depuis les montagnes voisines), des villages pittoresques, de petites routes serpentant dans les vignobles.
- 33 En conséquence, les séjours des visiteurs sont en train de s'allonger ; ce qui induit des capacités hôtelières qui progressent et montent en gamme, ainsi qu'une offre variée en matière de restauration et de gastronomie.

La gastronomie et le gastrotourisme

34 « *La Rioja gastronómica. La Rioja, la tierra que te invita a la mesa*¹⁹ ». Ce slogan, émanant du Gouvernement de La Rioja et de La Rioja Capital, semble assez efficace. Il résume bien la proposition qui est faite à ses lecteurs et destinataires, les (futurs) visiteurs de la région.

Des produits locaux de qualité

35 La gastronomie locale s'appuie en premier lieu sur la notoriété et le prestige des vins locaux, mais aussi sur des productions agricoles variées et de grande qualité. Il s'agit de productions agricoles locales anciennes, de plus en plus valorisées : fruits, huile d'olive locale, produits maraîchers ; les fameuses *pochas*, une variété locale de haricots blancs, par exemple, sont servies dans les restaurants étoilés, et par conséquent traitées comme un produit gastronomique.

36 Dans les zones de montagnes proches, on a maintenu ou reconstitué des élevages de moutons qui permettent de cuisiner le fameux *cordeiro lechal*²⁰, et de chèvres : le *cabrito*²¹ est une des spécialités de la cuisine locale. L'offre de viande de bœuf est maintenant de grande qualité, ce qui est un phénomène relativement récent en Espagne. Elle est soit produite localement, soit en provenance de ce que les Espagnols nomment « *el Norte* », c'est-à-dire la zone cantabrique.

37 La proximité relative des ports basques et cantabriques, et la grande efficacité de la chaîne logistique du froid en Espagne, facilitent une offre très large, et d'excellent niveau, en poissons et *mariscos*²².

38 Comme souvent en Espagne, les cuisiniers bénéficient également de la production de conserves premium, très présentes dans la cuisine locale : asperges, extraordinaires poivrons cuits au feu de bois, *pochas*..., sans oublier des charcuteries locales, très appréciées.

39 Il convient de rappeler ici que les Espagnols prennent beaucoup leurs repas hors de chez eux, et qu'ils ne s'invitent guère mutuellement à leurs domiciles respectifs. En revanche, ils se retrouvent très souvent, surtout en fin de semaine, pour déjeuner ou dîner ensemble, au res-

taurant. Il s'agit là du mode de convivialité dominant. Ceci précisé, où ces produits (et d'autres...) sont-ils servis ?

Des structures de consommations diversifiées

- 40 Évoquons d'abord ce qu'on a coutume d'appeler les « Tables étoilées » locales, qui sont très diverses. Il en est de classiques, comme *El Portal*, à Ezcaray, où Francis Paniego réussit à proposer une haute gastronomie en valorisant les abats. D'autres sont des restaurants de village, « *de pueblo* », comme la Venta Moncalvillo, à Daroca de Rioja, avec jardin potager intégré, et proclamé comme une des bases de sa gastronomie. Certaines enfin, comme Íkaro, sont au confluent des influences terriennes, cantabriques et sud-américaines, avec un recours original aux produits de la mer.
- 41 Parmi les restaurants de qualité, il convient de ne pas oublier, par exemple, Lorenzo Cañas ou Delicatto, structures de restauration très majoritairement destinées à des fêtes de famille, baptêmes, communions, mariages, anniversaires, ou à d'autres repas de groupes. Ces adresses sont très reconnues et valorisées localement pour la qualité de leur cuisine et de leurs installations.
- 42 La gastronomie est également très présente dans les restaurants de village ou de bord de route, dont certains savent tirer un excellent profit des produits locaux.
- 43 On ne peut faire abstraction des bars à *tapas*, localement nommés « *baires de pinchos*²³ ». Présents dans tous les villages, ils se regroupent souvent dans les quartiers anciens des villes. L'exemple emblématique est la *Calle del Laurel* de Logroño, devenue incontournable, au point que logeurs d'Airbnb et descriptifs ou publicités d'hôtels se situent souvent géographiquement par rapport à « *Laurel* ». Ces *pinchos* sont une institution et des concours, très médiatisés, sont régulièrement organisés, qui en récompensent les meilleurs auteurs.

Illustration 16. La Calle del Laurel, Logroño



Photo : Joël Brémond.

Illustration 17. Dégustation de *pinchos*



Photo : Joël Brémond.

- 44 Une pratique, ancienne, s'est amplifiée, consistant à recevoir des groupes dans des *bodegas*, pour leur servir des repas gastronomiques,

qu'il s'agisse de réunions de famille ou de repas d'affaires. Certaines caves ont même organisé des clubs privés, destinés à leurs meilleurs clients, et ont créé des structures d'accueil pour les loger et leur servir des repas de ce type.

- 45 Chaîne hôtelière emblématique espagnole, *Paradores* est présente en Rioja, en particulier à Santo Domingo de la Calzada, sur le Chemin de Compostelle, comme le nom de la ville l'indique. La particularité est que Santo Domingo abrite deux établissements ; l'un est situé Plaza del Santo, dans un ancien hospice construit pour accueillir les pèlerins ; l'autre, Bernardo de La Fresneda, est un ancien couvent aménagé, et a longtemps formé des étudiants en hôtellerie et restauration, qui se plaçaient ensuite dans les établissements de la région.
- 46 Enfin, la situation géographique même de La Rioja, limitrophe du Pays Basque, et dont une partie du vignoble est située dans la province basque d'Alava, on l'a dit, favorise une porosité, un cousinage avec la gastronomie basque espagnole, considérée comme l'une des meilleures et les plus inventives au monde. Rappelons que Logroño est à moins de trois kilomètres de la « frontière » avec le Pays Basque, de sorte que la présence basque est importante en Rioja, ce qui se constate notamment par la densité de patronymes à consonnance basque, y compris parmi les chefs, étoilés ou non.
- 47 Logiquement, des relations suivies ont été établies, avec le *Basque Culinary Center de San Sebastián*, qui, à la fois, accueille les grands chefs basques comme formateurs, et attire des étudiants et futurs cuisiniers du monde entier.
- 48 Enfin, un environnement aussi favorable au monde du vin et à celui de la gastronomie a favorisé l'éclosion de sociétés, viniques (*La Cofradía del Vino de Rioja*) ou gastronomiques (*La Academia Riojana de Gastronomía* ou *Los Amigos de La Rioja Gastronómica*).

Conclusion, limites et risques

- 49 En 2019, on a recensé 860 000 visiteurs dans les *bodegas* de Rioja, et 168 millions d'euros de chiffre d'affaires direct, avec de nombreuses retombées en matière d'hôtellerie, restauration et autres. En 2020, à cause du Covid, ces chiffres ont chuté de 70 %.

- 50 En 2021, on a constaté une nette remontée des chiffres. Nous postulons que l'on va retrouver et dépasser rapidement les niveaux antérieurs. En effet, au cours des dernières décennies, une des caractéristiques de l'Espagne, c'est que les crises y ont été plus violentes que dans les pays voisins, mais qu'ensuite les reprises y ont été plus marquées et plus rapides.
- 51 Pour l'ensemble du secteur vitivinicole de Rioja, l'élément moteur, ce sont les grandes *bodegas*. Il en va de même pour le tourisme du vin et pour le tourisme de la gastronomie. Ces grandes *bodegas*, très puissantes financièrement, sont gérées comme des marques commerciales et servent de porte-étendard pour l'ensemble de la collectivité territoriale.
- 52 Les chefs étoilés jouent également un rôle important, mais les deux secteurs sont proches, et en quelque sorte interconnectés. Par exemple, c'est Francis Paniego, dont le restaurant El Portal à Ezcaray a deux étoiles au Guide Michelin, qui a été appelé pour diriger la cuisine du fastueux restaurant de la *bodega* Marqués de Riscal, à Elciego. On peut donc bien parler d'interaction entre les grandes *bodegas*, la gastronomie et l'hôtellerie premium. Y compris à propos du projet pharaonique de la Bodega Manzanos dans le centre-ville de Haro, projet qui, finalement, n'a pas résisté à la crise du Covid.
- 53 Il est patent, en tout cas, que la qualité des repas servis dans les restaurants de La Rioja a beaucoup progressé depuis deux décennies, avec la montée en gamme des vins locaux et avec le développement exponentiel de l'œnotourisme et du tourisme gastronomique qui l'accompagne.
- 54 Risques et limites :
- Rançon du succès des vins de Rioja, on a assisté, ces dernières années, à une augmentation des surfaces plantées et intégrées à la *Denominación de Origen*, avec un risque de dilution de la qualité, surtout pour les vins d'entrée de gamme.
- 55 On peut craindre également ce que nous appellerons une « Disney-landisation » de la région, avec l'envahissement des lieux de visites et de dégustation par une clientèle peu éduquée.
- 56 Mais il s'agit là d'un phénomène très répandu, malheureusement. Lors du colloque qui s'est tenu à Paris au Collège des Bernardins (02/2015)

dans le cadre de la candidature des Climats de Bourgogne au patrimoine mondial de l'UNESCO, une collègue états-unienne, se faisant l'écho de fonctionnements maintenant bien connus, s'était dite horrifiée par ce à quoi elle avait assisté la veille au Louvre, où de nombreux visiteurs avaient comme priorité absolue de se prendre en selfie devant la Joconde (sans même jeter un regard au tableau lui-même, du reste...). Elle disait craindre une dégradation du même type pour la Bourgogne viticole après son classement par l'UNESCO. Nous avons entendu et lu des réserves du même type pour la Cité du Vin de Bordeaux. L'avenir dira ce qu'il adviendra de tout cela, en Rioja et ailleurs, et si l'on parviendra à éviter que les grands vignobles ne se transforment en immenses parcs à thème.

- 57 Enfin, nous avons intégré à cet article différentes réalisations architecturales spectaculaires, souvent réussies, parfois remarquables ; mais il existe aussi quelques véritables verrues dans le paysage (que nous ne citerons pas, par charité, mais également par prudence, afin de ne pas provoquer de réactions épidermiques chez leurs auteurs...).
- 58 Pour terminer malgré tout sur une note positive, citons l'anthropologue local Luis Vicente Elías Pastor, qui, lors d'un séminaire de l'ICVV (*Instituto de Ciencias de la Vid y del Vino*²⁴) à La Finca La Grajera²⁵, Logroño, en 2019, défendant ce qu'il appelle « le patrimoine culturel du vin », présentait « le vin comme une ressource », en insistant sur le fait que le paysage du vignoble constitue une autre ressource²⁶, tout aussi primordiale.

Emilio Barco Royo, *Análisis de un sector : el Rioja entre dos siglos*, Logroño, Gobierno de la Rioja, 2008, 350 p.

Emilio Barco Royo, *Análisis de un sector : Rioja 4.0*, Logroño, Gobierno de la Rioja, 2018, 443 p.

Joël Brémond, “Viñedos y vinos de Rioja : historia(s), identidad(es), imagen(es) y estrategias”, *Territoires du vin* [en ligne] : *Los territorios del vino en España*, Chaire UNESCO Culture et

Traditions du Vin, Université de Bourgogne, mars 2011. <http://revuesshs.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/document.php?id=1388>

Joël Brémond, *Vignobles et vins de Rioja. Rencontre entre l'Ancien Monde et le Nouveau Monde ?* 237 p. + cahier 18 pages photos, Editions Universitaires de Dijon, 2011. (« Inédit » de HDR). Prix « Wine and Drink Books (Europe except France) », Gourmand Award 2012.

Joël Brémond, « Una mirada francesa sobre los vinos y viñedos de Rioja : ¿realidad exótica o cultura diferente ? Estudio comparativo », In María Jesús Salinero Cascante y Elena González Fandos (Ed), *Vino y alimentación : estudios humanísticos y científicos*, (Congreso nacional « El Vino y la alimentación en los albores del siglo XXI », CIVA, Logroño, 19-22 octubre 2011, Conference inaugurale), Logroño, Universidad de La Rioja, 2012, p. 17-32.

Joël Brémond, « Rioja, a specific and efficient economic model for wine region organization », *Journal of Wine Research*, 2014, <http://dx.doi.org/10.1080/09571264.2014.871121>

Joël Brémond, « Rioja, une marque territoriale d'excellence », *El español: retos y oportunidades económicas y formativas en un contexto global*, Matilde Alonso, Miguel Blanco y Elies Furió, Oviedo, Septem Ediciones, 2016. (Dijon, 15 novembre 2013, *Journée Dimension économique de l'espagnol, Industria vitivinícola y tecnología*, Organisation Matilde Alonso Pérez, Pierre-Paul Grégorio, Instituto Cervantes).

Joël Brémond, « L'affaire Artadi : enjeux économiques et politiques », Jocelyne Pérard et Olivier Jacquet, *Le vin et la gastronomie, regards croisés*, Dijon, Editions Universitaires de Dijon, 2019, p. 265-278.

Luis Vicente Elias Pastor, *El turismo del vino, Otra experiencia de ocio*, Bilbao, Universidad de Deusto, 2006, 256 p.

Luis Vicente Elias Pastor, *El paisaje del vino, una mirada desde la antropología*, Madrid, Eumedia, 2011, 330 p.

Mikel Larreina Díaz, « Los cluster y el desarrollo de las regiones vitivinícolas. El distrito agroindustrial del Rioja », V Foro Mundial del Vino, (Logroño, 28, 29 y 30 de marzo de 2006), Logroño, Gobierno de la Rioja, 2008, p. 255-266.

La Rioja, sus viñas y su vino, ouvrage collectif, Gobierno de la Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Logroño, 2009, 299 p.

La Prensa del Rioja. Revue périodique.

Memoria Anual. Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja (Paraît chaque année, comme son nom l'indique).

1 Le terme espagnol *bodega* (cave) désigne les installations où sont élaborés puis stockés les vins.

2 Les *Denominaciones de Origen* (DO) sont l'équivalent approximatif des AOC françaises.

3 Le vignoble est relativement homogène au plan du paysage. En revanche, l'ensemble régi par la *Denominación de Origen Rioja* déborde du territoire de la Communauté Autonome de La Rioja. La « sous-zone » nommée Rioja Alavesa se situe en effet dans la partie sud de la province d'Alava (Pays Basque) et représente environ 20% de la superficie totale de la DO. Même si,

dans cet article, quelques mentions seront faites de certaines *bodegas* situées en Pays Basque, pour l'essentiel, notre étude se limitera à la province de Logroño et par conséquent à la Communauté Autonome de La Rioja. Pour les implications de la répartition du vignoble entre plusieurs communautés autonomes, voir Joël Brémond, *Vignobles et vins de Rioja. Rencontre entre l'ancien monde et le nouveau monde ?*, Dijon, Presses Universitaires de Dijon, 2011, 237 p. (en particulier : *Deux Riojas en une : La Rioja (castellana) et Rioja Alavesa*, p. 57-69). Ou encore :Joël Brémond, « L'affaire Artadi : enjeux économiques et politiques », Jocelyne Pérard et Olivier Jacquet, *Le vin et la gastronomie, regards croisés*, Dijon, Editions Universitaires de Dijon, 2019, p. 265-278.

4 Le quartier de la gare.

5 Cf. Joël Brémond, *op. cit.*

6 « La Rioja : le pays/la terre qui porte un nom de vin ». *La tierra*, en espagnol, désigne en effet à la fois le pays, l'entité territoriale, et la terre, en tant que pays et en tant que sol, où pousse la vigne, à l'origine du produit d'excellence local, le vin.

7 https://www.hosteltur.com/131496_amaia-lopez-de-heredia-nueva-directora-general-de-turismo-de-la-rioja.html.

8 « *La Rioja Capital* est l'entité de Promotion Agroalimentaire du Secrétariat à l'Agriculture, à l'Élevage, au Monde Rural, au Territoire et à la Population du Gouvernement de La Rioja pour faire connaître, divulguer et faire la promotion des aliments de La Rioja se distinguant par leur qualité, ainsi que la richesse et la culture œno-gastronomique (sic) de ce pays ». <http://www.lariojacapital.com/lariojacapital>, consulté le 31 03 2022.

9 *Organización Interprofesional del Vino de Rioja* (Organisation Interprofessionnelle du vin de Rioja). Elle regroupe les représentants des divers acteurs de la filière.

10 Conseil Régulateur.

11 *Denominación de Origen Calificada*, le niveau le plus élevé pour les AOP espagnoles a été obtenu par la DO La Rioja en 1991.

12 Rôle de capitale du Rioja partagé avec Bilbao, ce qui ne va pas sans poser de problèmes de préséance ou de susceptibilité. Voir, à ce sujet, Joël Brémond, *op. cit.* p. 57-68.

13 Cette cave a reçu en 2003 le prix d'architecture « *Best of wine* ».

14 Bodegas Beronia est la marque riojanaise du groupe González Byass.

- 15 Le Museo de la Cultura del Vino de Vivanco figurait en 2019 à la 23^e place.
- 16 Mentionnons ici pour mémoire le projet de la Bodega Manzanos, en pleine ville de Haro. *La Prensa de La Rioja*, n° 228, p. 8 : <https://app.box.com/s/ffkw891dki6dsf8wzmesitqh73k2pm3m>
- 17 Dégustation. Pour un prix abordable, les visiteurs peuvent goûter les vins sélectionnés pour eux par lesdites *bodegas*.
- 18 Caves souterraines, autrefois creusées au pic dans la roche.
- 19 La Rioja gastronomique. La Rioja, la terre (le pays, cf. note antérieure) qui t'invite à (sa) table.
- 20 Agneau de lait.
- 21 Chevreau.
- 22 Produits de la mer.
- 23 Ce terme est également utilisé au Pays Basque. Il est alors majoritairement orthographié « *pintxos* ».
- 24 Institut des Sciences de la Vigne et du Vin.
- 25 Cette propriété “institutionnelle” appartient au Gouvernement de La Rioja. Elle héberge différents laboratoires et accueille, entre autres, des manifestations scientifiques.
- 26 «*El vino como recurso [...] El paisaje como recurso*». *La Prensa del Rioja*, 2^e trimestre 2019, n° 228, p. 19.

Français

Depuis la fin du XX^e siècle, on a assisté au développement exponentiel de l'œnotourisme en Rioja (Espagne). Ce phénomène doit beaucoup à l'implication cumulée de multiples acteurs, instances politiques régionales et locales, organisations professionnelles, entreprises (grandes et petites) du monde du vin. De façon complémentaire, le gastro-tourisme bénéficie de la qualité des vins et des produits de bouche locaux, d'une montée en gamme des restaurants gastronomiques et de la multiplication des bonnes tables en Rioja. L'exploitation habile des spécialités locales de *tapas/pinchos* ajoute encore au succès et à la notoriété des productions et des modes de consommation de la région. Il reste à espérer que ce pays de vignoble et de vin ne se transformera pas en un immense parc à thème.

English

Since the end of 20th Century, wine tourism has seen an exponential development in Rioja (Spain). This phenomenon is due to the accumulated implication of various players, local and regional political authorities, business organizations, (big and small) wine firms. In addition, gastronomic tourism benefits from the quality of local wines and foodstuffs, from the rise in the range of the gastronomic restaurants and from the multiplication of good tables in La Rioja. The clever exploitation of the local specialities in tapas/pinchos adds to the success and to the fame of the products and of the consumption patterns of the region. It is to be hoped that this vineyard region will not become a vast theme park.

Mots-clés

œnotourisme, tourisme gastronomique, Rioja, Espagne, vin, bodega

Keywords

enotourism, gastronomic tourism, Rioja, Spain, wine, bodega

Joël Brémond

Professeur des Universités émérite, Nantes Université, CRINI

IDREF : <https://www.idref.fr/070394962>

ORCID : <http://orcid.org/0000-0002-0539-6564>

ISNI : <http://www.isni.org/0000000120127883>

BNF : <https://data.bnf.fr/fr/15880440>