WINE BUSINESS
INTERNATIONAL

N° 2 · 2014

Les figures du vin en France

Sophie Kevany · Meininger's Wine Business International

La France traverse peut-être des turbulences économiques, et les vins de certaines régions peuvent passer de mode avant de revenir en grâce, mais elle demeure la référence du monde du vin. Voici quelques-unes des personnalités les plus influentes de la filière.

« Enfin, un conseil aux acheteurs de vin tournés vers l'avenir. Certains estiment qu'investir dans le Languedoc-Roussillon plutôt qu'à Bordeaux, pour le plaisir comme pour le rendement financier, pourrait être la voie à suivre. Parmi les noms à surveiller figurent Isabelle et Mathieu Champart au Mas Champart, Jérémie Depierre et l'œnologue-conseil Claude Gros à La Pèira, Olivier Jullien au Mas Jullien, ainsi que Claude et Isabel Fonquerle à L'Oustal Blanc. »

Article publié initialement en 2014. Les fonctions, chiffres et prix correspondent à cette époque.

Le morcellement et l'ancrage régional sont si marqués dans la filière viticole française que les avis sur les personnalités qui comptent varient non seulement d'une région à l'autre, mais aussi d'une appellation à l'autre, voire d'un coin de vignoble à l'autre. Les menaces ont toutefois tendance à rassembler : le premier nom de cette liste est donc celui de M. le président François Hollande.

Le Plan cancer 2014 du président, dont l'adoption est prévue plus tard dans l'année, comprend une nouvelle tentative visant à interdire de parler de vin sur Internet. Cette initiative semble placer nombre de professionnels du vin dans la même situation que les électeurs qui avaient voté pour Hollande parce qu'ils le jugeaient préférable à son prédécesseur Nicolas Sarkozy, avant de déchanter. Car, si Sarkozy était connu pour préférer le Coca-Cola au vin, il n'avait jamais réellement cherché à bannir ce dernier du Web. À bon entendeur.

Audrey Bourolleau et Joël Forgeau cherchent à atténuer les dernières propositions du gouvernement. L'an dernier, ils avaient lancé une campagne très médiatisée contre une précédente tentative gouvernementale de bannir le vin du Web. Elle s'intitulait « Ce qui va vraiment saouler les Français », jouant sur le double sens de « saouler » : exaspérer ou enivrer. Bourolleau et Forgeau dirigent Vin et Société, une organisation qui, selon eux, représente 500 000 professionnels français du vin.

Les acheteurs

Dans le négoce, un nom figure à coup sûr en tête de toute liste d'acheteurs de vin : Didier Thibaud, directeur de Maison Johanès Boubée, anciennement Prodis, propriété du groupe de grande distribution Carrefour. L'entreprise est considérée comme l'un des plus gros acheteurs de vin de France, avec un chiffre d'affaires annoncé de 685 millions d'euros en 2012. Ces chiffres restent toutefois difficiles à confirmer, M. Thibaud n'ayant pas répondu à nos appels. Si les cavistes français ont tendance à regarder de haut les supermarchés, hypermarchés et enseignes de hard-discount — qu'ils accusent notamment d'utiliser le vin comme produit d'appel vendu à perte —, ces circuits représentent près de 84 % des ventes de vin, selon les données de l'institut d'études Kantar Media.

En passant des magasins physiques au commerce en ligne, le nom à retenir est celui d'Emmanuel Imbert, responsable des ventes de vin de Vente Privée, spécialiste des ventes éphémères et désormais l'un des principaux sites marchands d'Europe. Fondée en 2006, l'entreprise propose des ventes à prix réduit, limitées dans le temps, sur des produits allant de la mode aux voyages et au vin.

Internet, enchères et finance

Dans l'univers plus feutré des enchères, toujours en ligne, Angélique de Lencquesaing est l'une des femmes les plus en vue d'un secteur viticole français encore dominé par les hommes. En 2000, elle a fondé avec Cyrille Jomand et Lionel Cuenca la plateforme de négoce de vins iDealwine et lancé les premières ventes aux enchères de vin sur Internet en France. Elle écrit également des articles et intervient à la radio sur l'investissement dans le vin.

Toujours dans les enchères, un nom revient souvent aux côtés de celui d'Angélique : Laurie Matheson, l'une des expertes en estimation de vins les plus respectées de France. Née en France de parents écossais, Matheson possède la double nationalité. Elle travaille actuellement chez Artcurial, troisième maison de ventes aux enchères en France après Christie's et Sotheby's. Auteure de deux livres, elle fait figure de référence pour l'expertise des vins anciens.

Pour les besoins bancaires courants, le Crédit Agricole et la Caisse d'Épargne sont tous deux bien implantés dans la filière viticole. La Caisse d'Épargne propose même, dans de nombreuses régions françaises, un service spécialisé appelé « Espace Viticulture ». Pour les transactions de propriétés viticoles plus importantes, de 5 à 250 millions d'euros, l'interlocuteur serait plutôt Jean-Luc Coupet, chez Wine Bankers, une structure spécialisée dans les fusions-acquisitions viticoles.

Le marketing

Lorsqu'il est question de coups d'éclat en matière de marketing viticole, un nom revient sans cesse : Marc Perrin, dirigeant de l'entreprise familiale de la vallée du Rhône Perrin & Fils. Perrin, dont tous les vignobles sont cultivés en bio, s'est récemment associé aux acteurs Angelina Jolie et Brad Pitt pour produire leur premier vin, le rosé bio Côtes de Provence Miraval 2012. Ce partenariat a non seulement attiré l'attention de la presse internationale sur le rosé, mais aussi gagné le respect des critiques.

La critique

Dans le cercle consacré du journalisme vinicole français se côtoient blogs, comptes rendus et l'habituelle assemblée de critiques. Deux noms se distinguent pourtant. Le premier est Jacques Dupont, le premier journaliste spécialisé dans le vin à avoir été recruté par un titre d'actualité généraliste, l'hebdomadaire Le Point. Depuis 1991, il guide ses fidèles lecteurs dans le dédale des vins à acheter et a écrit un livre. Le second est Michel Bettane, critique français estimé qui signe avec Thierry Desseauve le guide des vins français le plus connu, intitulé, sans surprise, Le Guide des Vins de France.

Les producteurs

Du côté de la production, citons d'abord Boris Calmette, actuel président de la Confédération des coopératives vinicoles. Souvent négligées, les coopératives françaises assurent environ 50 % de la production nationale. En 2012, la confédération a produit 17,4 millions de litres — soit environ 23 millions de bouteilles — pour un chiffre d'affaires légèrement inférieur à 6 milliards d'euros. Parmi ses membres figure l'une des marques de champagne les plus connues de France, ce qui nous mène au nom de son créateur éponyme, Nicolas Feuillatte. Nouvelle venue dans l'univers très traditionnel du champagne, la marque Feuillatte est devenue en moins de trente-cinq ans l'un des champagnes les plus vendus en France, derrière Moët & Chandon et Veuve Clicquot, dans cet ordre.

Quant aux producteurs individuels, les femmes et les hommes connus et profondément respectés ne manquent pas à travers la France. Ceux qui suivent ne constituent qu'un petit échantillon des plus en vue.

Commençons par la Bourgogne, puisque les Chinois l'apprécient tant. Un nom s'est particulièrement imposé ces dernières années : Laurent Ponsot, propriétaire et dirigeant du Domaine Ponsot. Il est célèbre tant pour ses vins que pour les cinq années d'efforts soutenus qu'il a consacrées à faire démasquer le faussaire indonésien Rudy Kurniawan, aujourd'hui condamné. Interrogé sur ses motivations, Ponsot a expliqué qu'il ne supportait pas que des vins porteurs de milliers d'années d'histoire soient ainsi déshonorés pour de l'argent.

Autre Bourguignon souvent cité, en France comme à l'étranger : Jean-Charles Boisset. Il possède le groupe Boisset, établi en Bourgogne — premier producteur de la région et troisième entreprise viticole de France, avec des propriétés en Bourgogne, en Beaujolais et dans la vallée du Rhône —, mais dirige aussi Boisset Family Estates aux États-Unis. Par son épouse Gina Gallo, il est

également lié à la plus grande entreprise viticole américaine, E & J Gallo. Il serait aussi le seul Bourguignon à produire de la vodka.

Toujours en Bourgogne, mais à l'autre extrémité de l'échelle, du moins en volume, Aubert de Villaine est copropriétaire du Domaine de la Romanée-Conti et mène actuellement la démarche visant à faire inscrire la Bourgogne au patrimoine mondial de l'UNESCO. Son ancienne associée au DRC, Marcelle Bize-Leroy, est tout aussi connue. Si on lui attribue d'avoir fait du DRC ce qu'il est aujourd'hui, elle est désormais surtout réputée pour ses vins et sa conviction en faveur de la biodynamie : ses deux domaines, d'Auvenay et Leroy, sont entièrement conduits selon ces principes. Ses rendements sont qualifiés d'« héroïquement faibles » et ses vins de « stupéfiants ».

Dans la vallée du Rhône, Michel Chapoutier est connu pour des innovations telles que les étiquettes en braille, la biodynamie et les bouteilles allégées. Il devrait lancer un champagne vers la fin de cette année ou au début de la suivante. Des rumeurs non confirmées suggèrent également qu'il pourrait ajouter un vignoble britannique à ses activités en Alsace, en Languedoc-Roussillon, au Portugal et en Australie.

La famille Guigal jouit d'un respect comparable dans la vallée du Rhône. Un caviste britannique la décrit comme « capable de produire des millions de bouteilles tout en obtenant des notes Parker de 100 points ». Elle est en effet aussi célèbre pour ses vins surnommés les « La La » — les grandes cuvées La Landonne, La Turque et La Mouline, autour de 400 euros la bouteille — que pour ses vins d'entrée de gamme, à partir d'environ 30 euros.

À Bordeaux, tout amateur devrait pouvoir citer sans hésitation les propriétaires des cinq premiers crus classés et d'autres grands châteaux, ainsi que plusieurs des consultants les plus connus de France : Denis Dubourdieu, Michel Rolland, Éric Boissenot et Stéphane Derenoncourt. Parmi les autres figures bordelaises, on trouve Pierre Castel, président du groupe Castel, première entreprise viticole française avec 1,1 milliard d'euros de chiffre d'affaires l'an dernier, et son neveu Alain Castel, établi à Paris, qui dirige le réseau de cavistes Nicolas en France, au Royaume-Uni et en Belgique. Évoquer les Castel conduit inévitablement à leur grand rival pour la première place parmi les producteurs français : Joseph Helfrich, propriétaire des Grands Chais de France. Établie en Alsace, l'entreprise a réalisé environ 850 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2012, en grande partie grâce à J. P. Chenet, la marque française de vins de cépage la plus vendue au monde : celle à la bouteille au col penché.

Retour à Bordeaux avec un homme qui a lui aussi débuté dans les vins de marque, avec Malesan, produit bon marché à gros volumes : l'inimitable Bernard Magrez, président-directeur général du groupe Magrez. Après avoir vendu Malesan au groupe Castel, il s'est consacré à quatre crus classés et à des projets viticoles aux États-Unis, au Chili, en Uruguay, en Argentine, au Portugal et au Maroc. Toujours à l'avant-garde, Magrez a annoncé aux journalistes, plus tôt cette année, son

intention d'utiliser des drones pour mesurer différents paramètres du vignoble : dégâts sur les ceps, maladies, maturité des raisins et reliefs influant sur le drainage.

Dans un autre registre, Alfred Tesseron est une autre personnalité bordelaise à retenir : il est le premier propriétaire d'un grand cru classé à avoir fait certifier son domaine, Château Pontet-Canet, entièrement en biodynamie. Après avoir constitué une équipe de chevaux pour labourer entre les rangs — initiative largement imitée qui a fortement accru la population équine bordelaise —, il a récemment annoncé que Pontet-Canet utiliserait des amphores en terre cuite pour conserver ses vins. Le but est de réduire la prépondérance du bois, qu'il qualifie de « maquillage », afin de laisser le fruit s'exprimer.

En Beaujolais, impossible d'ignorer Georges Duboeuf, l'homme qui a popularisé le beaujolais nouveau. Selon lui, son succès tient à l'amélioration de la qualité de ce vin jeune et à la transformation de l'ouverture du « premier » beaujolais nouveau en événement cérémoniel dans les restaurants. Ce succès marketing perdure : les expéditions mondiales des vignobles Duboeuf ont atteint 5,2 millions de bouteilles en 2013, dont 75 % exportées et 15 % vendues sur le marché intérieur. D'autres producteurs se font un nom en Beaujolais, mais pour des raisons très différentes : Mathieu Lapierre, fils du regretté Marcel Lapierre, Guy Breton, Jean-Paul Thévenet, ainsi que Jean et Agnès Foillard. Ce groupe est décrit comme composé de vignerons « sérieux » qui ont adopté la philosophie du vin « naturel », considérée en partie comme une réponse à la commercialisation massive d'un beaujolais nouveau jugé « unidimensionnel ». Cette approche écarte les herbicides et pesticides de synthèse ainsi que le dioxyde de soufre, et utilise des raisins issus de vieilles vignes aux rendements naturellement faibles.

Enfin, un conseil aux acheteurs de vin tournés vers l'avenir. Certains estiment qu'investir dans le Languedoc-Roussillon plutôt qu'à Bordeaux, pour le plaisir comme pour le rendement financier, pourrait être la voie à suivre. Parmi les noms à surveiller figurent Isabelle et Mathieu Champart au Mas Champart, Jérémie Depierre et l'œnologue-conseil Claude Gros à La Pèira, Olivier Jullien au Mas Jullien, ainsi que Claude et Isabel Fonquerle à L'Oustal Blanc.

Gérard Bertrand est également cité parmi les vignerons les plus dynamiques de la région, bien qu'il travaille à une échelle un peu plus importante que ceux qui viennent d'être évoqués. On peut notamment lui reconnaître le mérite d'assurer un approvisionnement régulier des supermarchés en vins biologiques et naturels.