



VINS & SPIRITUEUX

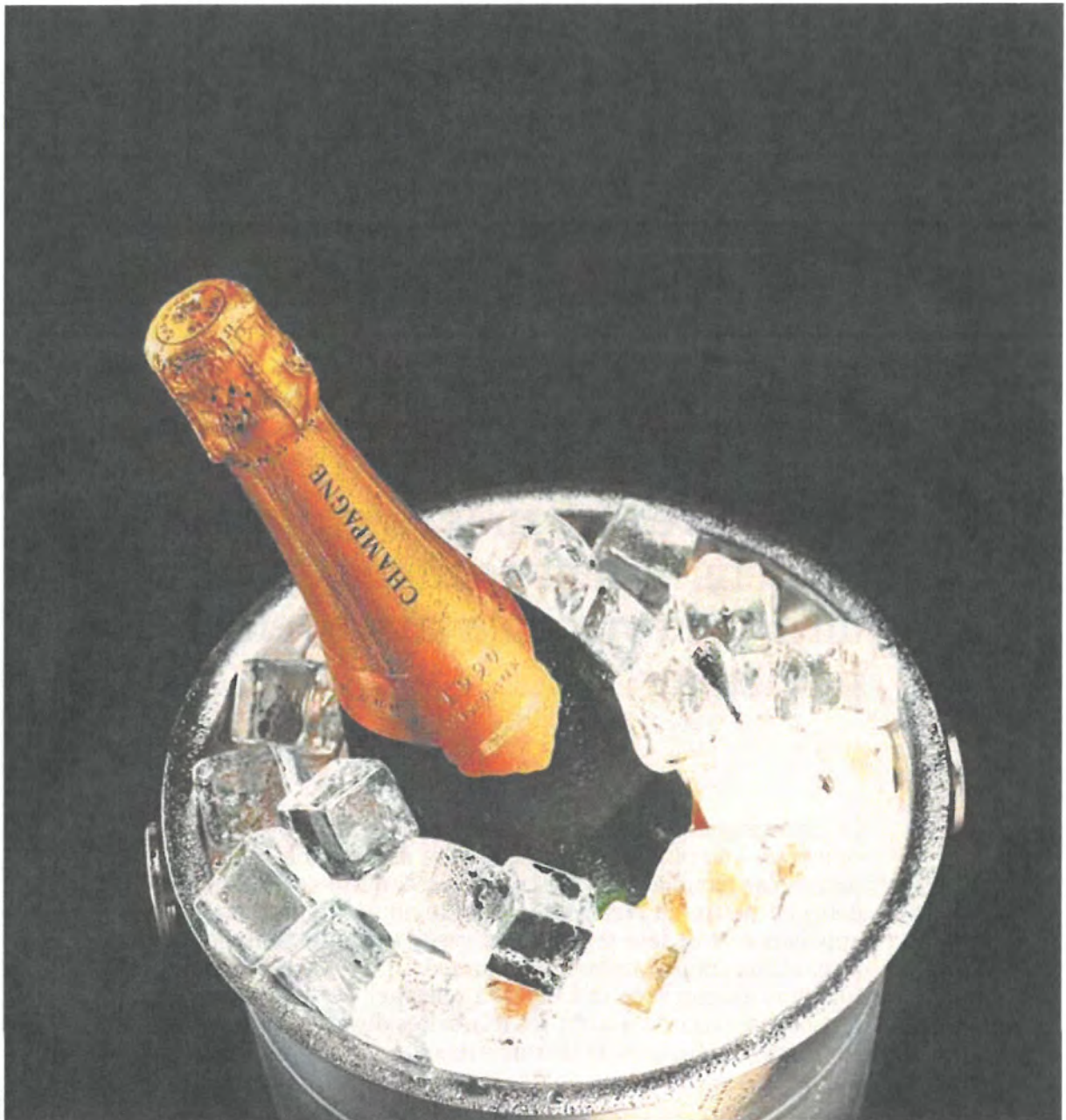
Champagne, les rançons du succès

Champagne, la rançon du succès

Or sur fond clair-obscur

Un chiffre d'affaires record, mais les défis restent nombreux pour un si petit vignoble au modèle si particulier

Le champagne est plus que jamais une fête. Les chiffres de ventes sont au plus haut, et l'AOC vient de faire son entrée au patrimoine mondial de l'Unesco. Un succès que les Champenois peuvent mettre au crédit de leur unité autour de leur unique appellation et de leur organisation vertueuse: aux vigneronns la terre et aux grandes maisons le commerce. Des nuages viennent toutefois obscurcir ce ciel bleu: la question des pesticides, le renchérissement du foncier, les difficultés des petits vigneronns sur le marché français, et la concurrence des vins effervescents étrangers.





FABIEN HUMBERT

L'année 2015 fut triomphale pour la Champagne. Le chiffre d'affaires de l'appellation s'est élevé à 4,74 milliards d'euros, un record historique qui représente l'expédition de 312,5 millions de bouteilles. La même année, les coteaux, les maisons et les caves de Champagne sont entrés, en compagnie des climats bourguignons, au patrimoine mondial de l'Unesco. "C'est une fierté, cela met en avant le travail de nos prédécesseurs, nos terroirs, nos caves, nos paysages, se félicite Maxime Toubart, le président du Syndicat général des vignerons de Champagne. Nous espérons ainsi faire venir des touristes. Ça a marché partout ailleurs dans le monde."

Plus que jamais, le champagne est une fête. Comment expliquer cet insolent succès? D'abord, bien sûr par la qualité des vins, reconnue dans le monde entier, ensuite par la fabuleuse image de luxe, de moments joyeux accolée au plus prestigieux des vins effervescents. Une autre raison tient à l'organisation même de la Champagne viticole. Le champagne, c'est une appellation, une marque ent tant que tel. Là où Bordeaux et la Bourgogne sont morcelés en dizaines d'Appellations d'origine contrôlée (AOC), toute la Champagne est unie derrière la sienne.

Les grandes maisons (Moët et Chandon, Veuve Clicquot, Dom Pérignon, Laurent Perrier, Henriot...) vendent 71 % des bouteilles, et sont dotées de caves pour élaborer leurs champagnes. Possédant peu de vignes, elles sont obligées d'acheter du raisin aux petits producteurs. La demande est forte, les limites de l'appellation réduites, la productivité

fluctuante à cause des intempéries et des maladies, et le prix du raisin reste élevé, de l'ordre de 6,50 euros le kilo contre moins de 1 euro dans le Languedoc par exemple. "Les propriétaires qui vendent leur raisin à ces grandes marques n'ont même plus besoin de cultiver leurs vignes, révèle Alexis Goujard, dégustateur et journaliste à la 'Revue du Vin de France'. Pour s'assurer des approvisionnements, les grandes maisons n'hésitent pas à proposer de travailler elles-mêmes les parcelles des vignerons et à acquérir le raisin sans aucune décote. C'est devenu une rente."

Une fois le raisin acheté, le rôle des grandes maisons consiste à élever le vin, à l'expédier aux quatre coins de la planète et à le valoriser grâce à la force de leurs marques respectives. "La réussite de la Champagne, c'est le partage de la valeur ajoutée, résume Maxime Toubart. Le foncier appartient majoritairement aux vignerons, et le commerce principalement aux grandes maisons."

L'export explose, le marché français décline

Si la Champagne va bien pour l'essentiel, elle doit toutefois faire face à des bouleversements porteurs de challenges pour son modèle économique, surtout concernant les petits vignerons. Le premier écueil qui les guette est en fait la rançon de leur succès, puisqu'il s'agit de la hausse vertigineuse du prix du foncier. En 2015, un hectare de vigne en Côte des Blancs coûtait par exemple 1,5 million d'euros. Un vrai casse-tête pour les vignerons qui souhaitent transmettre leur bien à leurs enfants. Si l'un d'eux hérite des vignes, il doit indemniser les autres; si tous veulent s'installer, le domaine est souvent démembré.

Le champagne, c'est une appellation, une marque en tant que telle.

Là où Bordeaux et la Bourgogne sont morcelés en dizaines d'AOC, toute la Champagne est unie derrière la sienne



“Nous avons 300 nouveaux viticulteurs par an en Champagne alors que la superficie n’augmente pas, prévient Maxime Toubart. Les propriétés sont de plus en plus petites, morcelées.”

Un autre problème, d’ordre commercial cette fois, guette les petits producteurs. Il s’agit de la baisse du marché français, qui représente à lui seul un peu plus de 50 % des expéditions. Un souci de taille pour nombre de vigneron qui avaient misé leur modèle économique sur l’Hexagone. *“Nous faisons face à un énorme problème de crise économique et de perte de moral des Français, prévient Jean-Marie Barillère, président de l’Union des maisons de Champagne. Les attentats de 2015 et 2016 sont venus aggraver le phénomène.”* Parallèlement, l’export ne s’est jamais aussi bien porté. *“Les maisons fortement exportatrices dans les pays lointains sont en train de battre des records de chiffres d’affaires, notamment aux USA, au Japon et en Australie”,* se félicite-t-il. Une tendance qui profite peu aux vignerons, manquant souvent de savoir-faire pour aller à l’international. Exporter est un métier en soi, qui demande des connaissances en marketing, en langues, une marque forte, un réseau de distribution.

Le défi du bio

Le bio, la biodynamie, les vins nature sont des thèmes qui traversent actuellement le monde viticole français. Ces questionnements face à l’usage des pesticides tourmentent les professionnels comme les consommateurs de vins. La Champagne n’y échappe pas, même si certains objecteront que le climat champenois, assez pluvieux et favorisant des maladies comme le mildiou, rend difficile le recours aux procédés bio. Les viticulteurs préféreront souvent traiter leurs vignes avec des

produits chimiques, de peur de voir leur récolte sévèrement amputée. Un argument qu’on peut entendre, mais qui laisse sceptiques ceux qui sont déjà passés en bio. *“Ma récolte va très bien, merci, assure Frédéric Zeimett, qui dirige la maison Leclerc-Brillant. Comme tout le monde cette année, nous avons réalisé les ¾ d’une vendange normale car le mildiou a prélevé son écot.”* Qu’est-ce qui empêche donc les Champenois de mettre le holà à l’utilisation des pesticides? D’abord, les autorités viticoles, souvent réticentes au bio. *“Les molécules chimiques ne sont pas forcément plus dévastatrices que les molécules naturelles, il suffit de faire le parallèle entre l’aspirine qui est une molécule chimique mais qui sauve des vies, et l’arsenic, qui est naturel mais qui est potentiellement mortel, explique Jean-Marie Barillère. Il faut cependant faire de bons raisins avec le*

Chiffres clés

La Champagne c’est 15 800 vigneron, 300 maisons de Champagne, pour une surface de production de 33 762 hectares.

Les Champenois conservent jalousement l’équivalent de 1 428 millions de bouteilles dans leurs caves.

Source : Comité interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC)



“La réussite de la Champagne, c’est le partage de la valeur ajoutée. Le foncier appartient majoritairement aux vignerons, et le commerce principalement aux grandes maisons.”
Maxime Toubart, Syndicat général des vignerons de Champagne.



“Comme signature, nous avons pris le parti de baisser au maximum les taux de sucre et de sulfites dans la bouteille.” Valentine Clerc, maison Charles Legend.

moins d'intrants possibles, chimiques ou naturels, afin de préserver au maximum le biotope et le terroir. Et de fait, la filière champagne a réduit de 50 % le volume de pesticides utilisés sur les 15 dernières années, tandis que le Comité interprofessionnel du vin de Champagne assure que 50 % des volumes utilisés actuellement sont homologués en viticulture biologique. Pourtant, le modèle économique et viticole qui a permis le succès de la Champagne ne plaide pas en faveur du bio, qui représente la mise en valeur d'un cépage, d'un lieu-dit, d'un terroir. La Champagne a en effet historiquement choisi une autre voie, celle de l'assemblage de plusieurs millésimes, de plusieurs cépages et de raisins provenant de différents terroirs. En Champagne, faire du bio implique donc de prendre le risque de se démarquer du courant principal et du modèle économique dominant.

Se démarquer du “mainstream” pour exister

“Aujourd'hui, une centaine de vignons et de petites maisons parviennent à se détacher du lot en produisant des vins de terroir; analyse Alexis Goujard. Je pense notamment à Rodolphe Peters au Mesnil-sur-Oger, Anselme Selosse et Pascal Agrapart à Avize, ou encore Vincent Laval à Cumières.” Ces producteurs ont choisi un modèle très diffé-

rent des grandes maisons, quasiment une approche bourguignonne où les petites parcelles sont valorisées. Ils revendiquent davantage les crus de village ou de lieu-dit pour mettre en lumière l'expression de leur terroir. *“La Champagne est en train de prendre conscience qu'elle est capable de faire de grands vins tranquilles qui ont une véritable identité”* assure Frédéric Zeimett. Des vins qui donneront de grands champagnes une fois la liqueur d'expédition ajoutée et l'élevage sur latte accompli.

Mais le bio et la biodynamie ne sont pas la seule façon de se démarquer du modèle dominant. Dans l'impossibilité de cultiver en bio leurs propres vignes, les trois fondateurs de la maison Charles Legend ont décidé de se distinguer par leur action lors de l'élaboration de leurs cuvées. *“Comme signature, nous avons pris le parti de baisser au maximum les taux de sucre et de sulfites dans la bouteille, explique Valentine Clerc, directrice associée de la jeune et dynamique maison de champagne. Les sulfites sont généralement ajoutés pour que les bouteilles tiennent le coup dans les rayons de la grande distribution.”* Enfin, une autre façon de se démarquer tout en restant dans le “mainstream” consiste à adhérer à une des puissantes coopératives champenoises. Nicolas Feuillate est ainsi dans le top 3 des meilleurs vendeurs de champagne. Ici comme ailleurs, l'union fait la force. ■