

**Champagne.** Président du Champagne Taittinger, président de l'AVC (Association Viticole Champenoise) et de la Mission Unesco Coteaux, Maisons et Caves de Champagne, Pierre-Emmanuel Taittinger livre sa vision de la Champagne en 2018, de l'environnement à la valorisation en passant par les ambitions économiques du territoire et du pays.

# « Le champagne est la première marque de la Champagne »



Pierre-Emmanuel Taittinger dans son bureau rémois.

**V**ous êtes le Président de la Mission Unesco depuis la disparition de Pierre Cheval il y a un peu plus de deux ans. Où en est la Mission aujourd'hui ?

« En plus des travaux régaliens de la Mission\*, j'insiste particulièrement sur trois grands chantiers que celle-ci doit mener. Le premier concerne l'embellissement : la Champagne a été très marquée par la première guerre mondiale. Elle s'est reconstruite après 1918 de façon importante avec une prospérité mais pas toujours sur une cohérence, avec des disparités et des anachronismes visuels. On a un vrai sujet sur ce thème, notamment sur les abords de villes. Il nous faut trouver une forme d'identité et de coordination visuelle entre Reims, Epernay et Châlons-en-Champagne.

Aujourd'hui, si la Champagne veut être à la hauteur de son produit, cela passe par son embellissement. C'est aussi pour cela que lors de notre dîner caritatif qui se déroulera le lundi 18 juin prochain, nous remettons les Prix « Pierre-Cheval de l'embellissement » qui viendront distinguer les acteurs impliqués

dans la mise en valeur d'un site champenois.

Ce dîner parrainé par Pierre Arditi lancera notre Séjour des réconciliations qui aura lieu du 18 au 24 juin 2018, date à laquelle sera organisée notre grande Marche à Château-Thierry le dimanche 24 juin.

**L'œnotourisme champenois est également un axe sur lequel vous insistez...**

En effet, le deuxième volet de notre action concerne l'accueil et l'œnotourisme. La Champagne doit encore réaliser des efforts pour recevoir les visiteurs dans un cadre enchanteur et charmant. J'aimerais que la Champagne provoque le même choc visuel que la Bourgogne dans ce domaine, avec du bois et du végétal là où l'on trouve parfois du béton actuellement. Nous devons aussi réfléchir à un plan d'action touristique global pour fédérer ces actions avec un livre blanc qui sera bientôt rendu.

**De quel pouvoir dispose la Mission Unesco dans ce domaine ?**

Nous n'avons pas de réel pouvoir

mais d'un pouvoir moral, ce qui est important. Notre rôle est de dire les choses et de susciter des initiatives. C'est une bonne chose que de nombreux viticulteurs rénovent et aménagent l'accueil de leur site. Beaucoup d'efforts ont également été faits dans ce sens par des Maisons et des coopératives mais tout cela doit encore être renforcé et développé.

**Vous êtes également très impliqué sur le sujet de l'éolien et de la méthanisation...**

C'est justement notre troisième volet. Nous veillons particulièrement à ce que l'ensemble du site concerné par le classement Unesco soit extrêmement protégé et que rien ne vienne rompre l'harmonie des paysages.

Cela passe notamment par la charte éolienne que nous avons récemment rédigée. En effet, la Marne est le premier département éolien de France avec déjà plus de 250 unités installées mais aussi plus de 2000 signées sur l'ensemble de notre territoire. Nous disons halte à un développement démesuré.

Rappelons que chaque éolienne nécessite entre 800 et 1500 tonnes de béton dans le sol. L'Unesco rappelle aussi que si les terres sont privées, les paysages appartiennent à tout le monde. Nous sommes donc en vigilance éolienne, d'autant plus que leur bilan écologique est contrasté car elles impliquent la mobilisation des centrales thermiques... Concernant la méthanisation, de nombreux dossiers arrivent sur notre bureau et nous les étudions de près. Nous ne sommes pas contre l'installation de nouvelles unités mais elles doivent être parfaitement intégrées dans les paysages.

**L'Unesco est intimement lié au champagne... Vous êtes président de l'AVC (Association Viticole Champenoise) et président du Champagne Taittinger. Mais au-delà de ces fonctions, quelle est votre vision personnelle de l'état de la filière champenoise en 2018 ?**

Le champagne est un vin divin qui bénéficie de 300 ans d'histoire technique et patrimonial et qui a réussi au fil des siècles à se créer une image exceptionnelle. Mais rien n'est acquis, jamais. Ce qui a changé au cours des 30 dernières années, c'est que nous sommes désormais dans un environnement international de production de vin effervescent qui est devenu très important. Et si la Champagne veut conserver son leadership en matière de bulles, elle doit être exemplaire en matière de valorisation. Un tiers seulement de la production champenoise est bien valorisée. Il y a trop de bouteilles qui sont vendues à bas prix et il n'est pas normal par exemple qu'un certain nombre de champagnes soient moins chers que des grands vins effervescents produits ailleurs. C'est un paradoxe qui n'est pas acceptable. Comment dire que nous avons le meilleur des vins effervescents du monde s'il est moins cher que bon nombre d'autres effervescents ?

Par ailleurs, il y a un effort important qui a été fait au niveau des certifications viticulture durable et haute valeur environnementale en champagne et ce mouvement doit être généralisé à l'ensemble de la filière. Il faut donc que la Champagne soit absolument exemplaire tant sur le plan environnemental qu'au niveau de la valorisation de ses bouteilles.

**Cela passe-t-il aussi par des efforts en matière de communication ?**

Je milite depuis des années pour une publicité collective en Champagne. Il y a certes des grandes marques mais aucun de nous n'est assez puissant pour financer des

campagnes de publicité partout dans le monde. La Champagne, c'est 300 millions de bouteilles dans un univers de 5 milliards de bouteilles de vins effervescents. C'est donc collectivement que nous devons mener une action publicitaire sur nos produits. Il y a un débat puisque si d'autres pensent le contraire, je considère pour ma part que le champagne est la première marque de la Champagne.

Nous devons donc en faire la publicité, une communication comme cela a été fait il y a quelques décennies, quand la Champagne toute entière a investi pour réaliser une publicité collective.

**Comment la financer ?**

Tous les ans on augmente le prix du raisin. 70% de cette augmentation part en MSA (Mutualité Sociale Agricole, ndlr) et autres impôts divers. C'est donc l'Etat qui est le premier bénéficiaire de cette augmentation. C'est pourquoi, plutôt que d'augmenter le prix du raisin, je préférerais que l'on recueille quelques centimes d'euros par bouteille ou par kg de raisin. Cela ferait des dizaines de millions d'euros que l'on pourrait consacrer à la mise en valeur de la marque champagne.

Aucun effort n'a été fait pour valoriser cette marque en 30 ans alors que la population mondiale a presque doublé. Si on n'y prête pas garde il y a un risque de perte de notoriété du mot champagne. Il faut mener cette action si l'on veut rester le haut de gamme des vins effervescents.

**C'est un avis qui tranche avec les habitudes des grandes Maisons qui communiquent davantage sur leur propre nom...**

Je pense qu'il faut faire les deux. Chez Taittinger je communique sur ma marque mais je trouverais normal de mettre de l'argent sur la marque champagne. Sans ce mot là, beaucoup de Maisons ne vivraient pas aussi bien. Il faut donc l'animer, le travailler, l'embellir et dépenser de l'argent dessus.

Nous ne sommes pas là pour réinventer la Champagne. Ce que n'auront jamais nos concurrents c'est 15 très grandes marques, une cathédrale, des crayères gallo-romaines et une création divine sur une terre qui a été labourée de combats mais produisant le vin du bonheur.

Notre métier c'est de faire vivre cette légende et d'entretenir le mythe.

**\* La gestion, la valorisation et la protection du Bien inscrit à l'Unesco (Coteaux, Maisons et Caves de Champagne) grâce à un Plan de gestion.**

**Vous-même vous vous êtes lancé dans la production de sparkling wine ?**

Eu effet, Taittinger, comme d'autres Maisons de champagne, s'est lancée dans la production d'effervescents. Pour nous cela se joue principalement aux Etats-Unis avec un très beau domaine (*Domaine Carneros, un million de bouteilles, ndlr*) qui fonctionne très bien et où nos bouteilles sont vendues plus chères que 60% des champagnes sur ce marché domestique. Nous sommes présents sur des marchés où les vins effervescents se seraient faits avec ou sans nous. Idem en Angleterre, où nous prévoyons une production de 300 000 à 400 000 bouteilles d'un très beau sparkling produit sous le nom de *Domaine Evremont*, dans le Kent. Les premières bouteilles sortiront dans 5 ou 6 ans. C'est pour nous une production annexe, complémentaire.

Je préfère accompagner un mouvement de producteurs anglais qui de toute façon produiront des sparkling sans nous. Et, rappelés-le, ça ne viendra pas amoindrir le champagne si l'on sait rester en haut de la pyramide.

**Au-delà d'être une marque historique, Taittinger est une famille emblématique de Reims, dont votre père Jean a été le maire de 1959 à 1977. D'où vous vient cet attachement à votre ville ?**

Je ne peux pas bien m'occuper du champagne Taittinger si je ne m'intéresse pas à la ville dans laquelle je me trouve, ni à ma région. Nous

avons toujours eu ce souci de l'intérêt général aux côtés d'un père qui a fortement reconstruit cette ville. Tout ce qui concerne Reims me passionne, c'est pour moi la plus belle ville du monde. Mais il faut aussi que Reims se développe : elle dispose des structures pour bien rayonner dans les domaines universitaires, économiques et culturels. C'est une ville qui est taillée pour avoir 300 à 350 000 habitants, avec ses atouts considérables à proximité de Paris : deux autoroutes, un TGV, une université, des hôpitaux, des logements, un aérodrome à Prunay qui ne demande qu'à se développer... Il faut qu'elle attire les compétences, les talents et les idées.

**Vous êtes toujours un fervent défenseur d'un véritable aérodrome à Reims ?**

La France produit des voitures et des avions mais nous n'en serions pas fiers chez nous ? Nous sommes le pays de Saint Exupéry et de Mermoz, Reims est le berceau de l'aviation et on ne voudrait plus pouvoir poser un avion ici ? Je suis pour qu'on développe cela de façon sereine. Aujourd'hui les avions font de moins en moins de bruit et il s'agirait de développer une aviation moyenne avec des avions de type ATR par exemple.

Quand j'ai commencé en Champagne je recevais chaque semaine des gens qui venaient de Francfort, de Milan, de Londres... pour visiter la région en une ou deux journées. L'ensemble des Maisons de Champagne recevait de 1000 à 1500 passa-

gers par semaine. Nous sommes la seule grande ville de France à ne plus avoir de vraie piste. Je ne parle pas d'aviation d'affaires mais d'aviation économique et touristique, ce qui est différent.

**Il y a un an vous avez annoncé votre projet de vous présenter à l'élection présidentielle et cela ne s'est jamais réalisé. Était-ce un projet qui vous tenait réellement à cœur ?**

Oui. J'avais envie de participer à ce débat parce que tout d'abord il y avait un espace disponible en dehors des partis. D'ailleurs M. Macron l'a occupé fort intelligemment quand il s'est rendu compte que les Français voulaient autre chose. Il a bien fait d'ailleurs puisqu'il a réussi à être élu. Très modestement j'avais envie d'exposer une soixantaine d'idées pour mon pays sans souci d'être élu ou pas. En quelques jours j'avais reçu énormément de messages de soutien. J'ai malheureusement dû faire face à un événement personnel qui m'a stoppé dans mon élan. Ça n'était pas un acte publicitaire, je savais ce que je voulais faire. Je n'ai d'ailleurs aucune ambition au niveau local où nous avons des élus en place. Je n'ai qu'une envie, c'est d'encourager les élus qui ont des ambitions et des idées. Et je souhaite que cela fonctionne.

**Quelle était votre principale idée pour ce projet ?**

Revenir à l'équilibre du budget ! Car il n'y a pas de pays souverain qui ne soit pas budgétairement sain. Ne sont respectés dans le



« Nous sommes la seule grande ville de France à ne plus avoir de vraie piste d'aviation ».

monde que des pays qui sont forts économiquement avec des budgets parfaitement maîtrisés en équilibre.

L'argent que l'on dépense sur notre dette est autant d'argent que l'on ne dépense pas pour assurer notre souveraineté à tous points de vue et pour permettre solidarité et générosité. J'ai été élevé par un père qui a préparé et signé les trois derniers budgets en équilibre de la France, donc ça m'est resté. Un pays ne peut être souverain dans le monde que lorsqu'il est exemplaire sur le plan de la gestion et de l'économie. Tout le reste, ce ne sont que des discours...

J'aurais aussi été favorable à une gestion à la Scandinave et à l'utilisation fréquente des consultations et des votations, comme en Suisse.

**Vous évoquez souvent votre père. Continue-t-il à vous inspirer aujourd'hui ?**

Beaucoup oui. C'était un homme d'une dimension exceptionnelle, un homme d'une immense modestie, un homme de secret et de silence. C'était un bâtisseur et un organisateur-né. La politique, ça n'est pas une question de gauche ou de droite mais d'organisation et de bon sens. Dans mes soixante idées pour la présidentielle, beaucoup relevaient du pragmatisme. J'ai toujours considéré que les grandes réalisations reposaient beaucoup plus sur une vision et des idées que sur de l'argent ».