



Plus de 200 propriétés à VENDRE

Accueil > Actualités > Comment Moët & Chandon brut est devenu Moët Impérial

ACTUALITÉS

BUSINESS

PERSONNALITÉS

RENDEZ-VOUS

SOCIÉTÉ

TERROIRS ET VIGNOBLES

Comment Moët & Chandon brut est devenu Moët Impérial

4 JUIN 2019 0 COMMENTAIRE



Le champagne le plus consommé dans le monde (« une bouteille partagée chaque seconde ») fête ses 150 ans. Pendant 6 mois à Epernay, il rend hommage à l'un de ses plus célèbres clients, Napoléon Ier. Histoire.

Comme souvent, derrière une grande marque, se trouve un grand homme et une épopée commerciale. Moët & Chandon ne fait pas exception à la règle avec Jean-Rémy Moët (1758-1841), petit-fils du fondateur de la maison de champagne qui créa un extraordinaire réseau commercial en France et à l'étranger.

La position stratégique d'Épernay – sur la route de l'Est qui relie Paris aux grandes villes allemandes, austro-hongroises, et au-delà russes – a certainement facilité la dynamique commerciale. Mais cela ne fait pas tout. Jean-Rémy Moët a fait preuve d'intuitions stratégiques et d'un talent commercial salué par tous. « Pour toucher le plus grand nombre, [il a très vite compris] qu'il faut commencer par s'attirer l'adhésion des grands de ce Monde, note Veronique Foureur, *Heritage manager* chez Moët & Chandon. Usant de ce que l'on appellerait aujourd'hui les relations publiques, il [a organisé] la vente directe adressée à une clientèle particulière et [s'est rapproché] des leaders d'opinion. »

Parmi ses illustres clients, Napoléon Bonaparte est sans doute l'un des plus emblématiques. La comptabilité révèle une première commande à Monsieur Napoléon Bonaparte, premier consul de Paris, le 27 thermidor An 9 (15 août 1801), suivie d'une deuxième en 1803. Napoléon Bonaparte étant devenu Napoléon Ier en 1804, ce sont ensuite « 9 expéditions à destination de l'Empereur et de sa famille » qui sont consignés dans les livres de comptes.

« En cas de victoire, je le mérite, en cas de défaite, j'en ai besoin »

L'intelligence et la vision commerciale de Jean-Rémy Moët – son sens diplomatique aussi – sont tels qu'il sait commercer avec toute l'Europe alors même que celle-ci se déchire. Le 11 septembre 1805 est consignée une expédition de vin à l'Empereur qui se trouve alors à Strasbourg. La petite histoire rencontre la grande : c'est probablement là que se prépare la bataille d'Austerlitz (2 décembre 1805, victoire sur la coalition du Tsar de Russie et de l'Empereur d'Autriche). Le 27 mars 1806, sur demande de l'impératrice Joséphine, une commande de champagne est expédiée au roi de Bavière. Puis c'est Jérôme Bonaparte (plus jeune frère de Napoléon), en route pour le baptême du roi de Rome, qui s'arrête le 24 mai 1811 à Épernay passer commande. Jean-Rémy Moët, grand fidèle de l'Empereur, sait aussi nouer des relations commerciales avec toutes les puissances. Démarche commerciale avisée en ces temps troublés ! En effet, l'effrayante campagne de Russie (hiver 1811/1812) et la défaite de Leipzig, entraînent la déchéance d'État et l'exil de Napoléon sur l'île d'Elbe en 1813. Au contraire, le 1er juin 1814, les livres font état d'une considérable commande du Comte de Tolstoï pour le Tsar Alexandre Ier de Russie !

Nul doute que Napoléon a été un client fidèle et régulier de Moët, jusqu'à l'exil et même au-delà. On lui prête même la citation suivante concernant le champagne : « En cas de victoire, je le mérite. En cas de défaite, j'en ai besoin ». Mais le lien entre les deux hommes semble même être allé plus loin que la simple relation protocolaire (Jean-Rémy Moët était maire d'Épernay) ou client-fournisseur. En septembre 1804 ; juillet 1807 ; septembre 1808 (de retour de la signature du traité de Tilsit) ; octobre 1809 ; mars 1814 (pendant la Campagne de France), Napoléon vient à Épernay, et sur certaines de ces dates, est même accueilli chez Jean-Rémy Moët comme en témoignent une gravure et une plaque commémorative à l'entrée des caves. Le 18 mars 1814, Jean-Rémy Moët reçoit même la légion d'honneur de la main de l'Empereur.

Ci-dessous : Visite de Napoléon Ier à Jean-Rémy Moët le 26 juillet 1807 (gravure du XIXe siècle). On reconnaît le jardin et l'entrée de Moët & Chandon.



En 1869, 100 ans après la naissance de Napoléon, Moët & Chandon crée un brut non millésimé qui deviendra sa référence emblématique. Il la nomme Brut Impérial, puis Moët Impérial en l'honneur de ce prestigieux client. C'est l'anniversaire de cette cuvée qui est fêté aujourd'hui.

En 1969, Robert-Jean de Vogüé, descendant familial et dirigeant de la maison, participe à une croisière « impériale » sur le paquebot France jusqu'à l'île de Sainte-Hélène. Il y acquiert plusieurs objets ayant appartenu à l'Empereur, dont un de ses célèbres bicornes. Cette pièce unique, ainsi que de nombreux documents d'archive inédits, livres de comptes, correspondances, publicités anciennes et flacons emblématiques, sont exposés du 23 mai au 18 décembre 2019 à Épernay.

Un témoignage exceptionnel des liens entre la grande Histoire de France et la petite histoire du champagne, qui avait fait dire un jour à Talleyrand : « Mon cher Monsieur Jean-Rémy Moët, vous êtes un prédestiné de l'avenir. Je déclare que, grâce à cette coupe et à son contenu, votre nom moussera plus longtemps et beaucoup mieux que le nôtre. »

Moët Impérial, 150 ans, L'Exposition

Du 23 mai au 18 décembre 2019 à Epernay chez Moët & Chandon, 20 avenue de Champagne, 51200 Epernay. Exposition libre, ouverte au public de 9h30 à 17h00.

