

Portrait-robot de l'amateur chinois de vin

ENQUÊTE Fin mai se tenait le grand salon Vinexpo Hong Kong. L'occasion de vérifier sur place si l'empire du Milieu s'est converti aux crus français.

Dix-neuf heures, la nuit vient de tomber à Hongkong comme un couvercle sur une Cocotte-Minute. Dans une chaleur suffocante, quelques happy few en smoking fendent la foule pour converger vers le grand Hyatt Hotel et se rendre à la « Jurade » de Saint-Émilion, la soirée phare qui se tient en ouverture de la 7^e édition de Vinexpo Hong Kong.

Au cours d'une longue cérémonie gentiment désuète, les propriétaires de châteaux saint-émilionnais intronisent des dizaines de convives, dont une grande majorité de Chinois, qui ne boudent pas leur plaisir de revêtir la cape rouge du Prud'homme ou de Dame de la Jurade. Bordeaux est prêt à tout pour choyer cette population, car même si les Chinois restent les plus importants consommateurs de bière et de Cognac, ils s'ouvrent au vin depuis une vingtaine d'années, et chaque vigneron garde en ligne de mire ce marché de 1,3 milliard d'habitants. « Pour l'instant, on peut estimer à 45 millions le nombre de Chinois buvant du vin d'importation », relativise Bruno Baudry, président d'ASC Fine Wines, l'un des principaux distributeurs de vins en Chine. Mais où vont leurs préférences ?

« Les Chinois sont aujourd'hui les plus grands consommateurs de vin rouge, explique Guillaume Déglise, le directeur général de Vinexpo. Et la France tire très bien son épingle du jeu, puisque nous représentons 42 % de cette consommation, à la première place devant l'Australie, le Chili et l'Espagne. » D'ailleurs, dans les allées de Vinexpo Hong Kong, on peut palper l'intérêt des Chinois pour les vins français. « Une jeune Chinoise vient tout juste de m'acheter 1 000 bouteilles de mon saint-émilion pour aller les vendre dans des clubs privés ou des karaokés de provinces », se réjouit Olivier Decelle, le propriétaire du Château Jean Faure. Sur les

deux étages et les 15 000 m² du salon, les stands français occupent les deux tiers de l'étage supérieur. « Nous assistons à un retour des acheteurs chinois. Après avoir été un marché d'image, la Chine devient désormais un marché de consommateurs », explique le directeur général de Vinexpo. En 2009-2010, Bordeaux a fortement profité de l'engouement des Chinois pour les grands crus. Plus c'était cher et plus ils achetaient, confirme un négociant bordelais qui a fait le déplacement à Hongkong. Pas pour boire, mais pour asseoir un statut social et pour alimenter un marché de cadieux. » Mais la politique d'austérité et de lutte contre la corruption menée par le nouveau président chinois, Xi Jinping, a

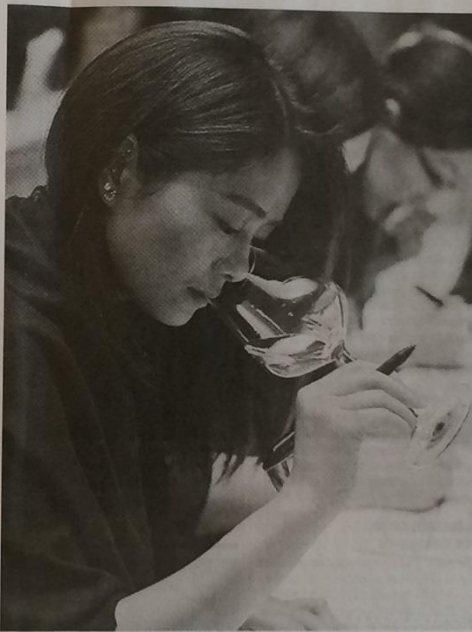


Le marché chinois est en pleine reprise

GUILLAUME DÉGLISE, DG DE VINEXP

stoppé net ces pratiques. « Ce qui est plutôt une bonne chose car cela a permis de rationaliser le marché. Les Chinois commencent à être des amateurs au palais très sophistiqué. S'ils n'achetaient que des grands crus classés de Bordeaux il y a dix ans, ils s'ouvrent désormais sur d'autres régions comme la Bourgogne et la vallée du Rhône, bien sûr, mais aussi sur l'Alsace ou encore le Languedoc. La Grange des Pères fait un carton », souligne Arthur de Lencquesaing d'Idéalwine, site de courtage en ligne de vins. « La Chine est un marché très important pour nous, rappelle Antoine Pirie, directeur des Vignobles Foncalieu, dans le Languedoc. Nous y vendons 4 millions de bouteilles, soit 20 % de notre production. Nous élaborons même des cuvées adaptées à leurs goûts, très colorées et avec un peu de sucre résiduel. »

Les Chinois consomment donc beaucoup de vin rouge, mais commencent-ils à s'intéresser au blanc ? « Oui, répond le producteur bourguignon Alberic Bichot. Un Chinois qui boit du blanc est tout de su-



Les Chinois apprécient surtout le vin rouge et commencent à s'intéresser au blanc.

te considéré comme un connaisseur. » Mais pas n'importe lequel. S'ils aiment les vins d'Alsace, par exemple, ils ne se sont pas encore convertis aux rieslings tendus et minéraux. « Ce sont deux caractères que vous aurez du mal à faire apprécier à

un Chinois, sourit Yves Baltenweck, président de la Cave de Ribeauvillé. En revanche, ils sont fans de pinot gris, de muscat ou de gewurztraminer, des vins qui comportent du sucre résiduel. » Ce qui n'empêche pas le propriétaire du port de

Canton de lui avoir acheté 2 000 bouteilles du Clos du Zahnacker. Et le champagne ? « Les Chinois n'aiment ni l'acide ni les bulles, la tâche n'est pas aisée pour nous », plaisante Michel Drappier, de la maison de champagne Drappier. Les Chinois n'ont consommé, en 2015, que 1,3 million de bouteilles (à titre de comparaison, la Grande-Bretagne en a absorbé 34,15 millions la même année). Pourtant, là aussi, les choses commencent à changer. « Il y a vingt ans, je vendais essentiellement des demi-secs. Ce sont désormais les bruts sans année qui ont le plus de succès, et les clients commencent à s'intéresser aux cuvées plus âgées et aux cuvées millésimées. » Pour preuve, le prix moyen des champagnes vendus en Chine s'élève à 16,50 €, contre 15,15 € pour le monde entier.

Parfois, il suffit d'un coup de destin pour que les Chinois s'enthousiasment pour une cuvée ou un vigneron. C'est ce qui est arrivé à Dominique Piron, propriétaire dans le Beaujolais. « Lors de sa dernière visite en France, le président chinois, Xi Jinping, est d'abord passé par Lyon. À cette occasion, il a rencontré Dominique, explique son associé Julien Revillon. Et comme il a apprécié nos vins, nos ventes ont été immédiatement boostées en Chine. Nous y réalisons entre 20 et 25 % de notre chiffre d'affaires. »

Lors de la fermeture des portes de Vinexpo, les sourires étaient accrochés aux visages des exposants. « Le marché chinois est en pleine reprise. Pour preuve, la hausse des fréquentations des visiteurs chinois au salon : +7,9 % », se réjouit Guillaume Déglise. La Chine est aujourd'hui le cinquième marché consommateur de vin au monde, pour le plus grand bonheur des producteurs français. ■

SUR LE WEB

» Un premier vignoble sur un toit de New York

www.lefigaro.fr