



CHAMPAGNES : L'IVRESSE DES CIMES

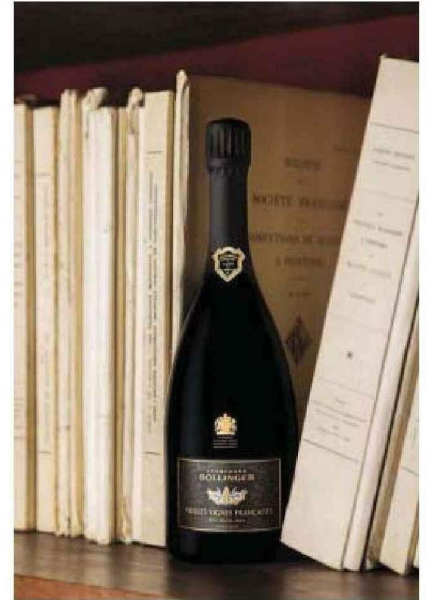
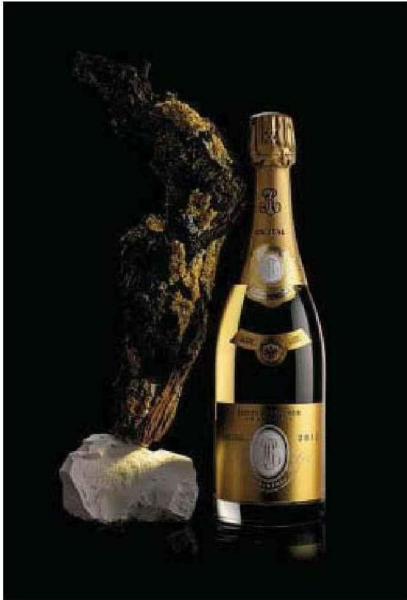
Les grandes maisons rivalisent de cuvées superlatives, longuement vieillées et vendues de plus en plus chères. Atouts d'image, ces bouteilles sont convoitées par les amateurs et les collectionneurs, mais aussi par la clientèle mondiale du luxe, attirée par des flacons objets.

Par Guillaume Rebière

objet est composé d'une centaine de pages, relié de tissu, et assemble croquis, photos, collages, notes manuscrites, inspirations musicales... Il documente le travail de pré-assemblages du millésime 2022 réalisé par Vincent Chaperon, chef de cave de la maison Dom Pérignon. Ou plutôt « directeur de la création ». « Je suis quelqu'un des mots, j'ai toujours été touché par la littérature et la poésie, dit le volubile œnologue. J'ai voulu aller plus loin avec ces aspects de la forme, du dessin, de la couleur. Et je parlerais plutôt de direction artistique, d'œuvre collective, qui nous différencie de l'artiste seul. »

Sous-titré *De la matière à la lumière*, le livre monographie accompagne aussi le lancement d'une cuvée de la maison, qui est toujours un événement: le Rosé Vintage 2009 est seulement le sixième depuis 2000. Il s'est déroulé dans un palais de Venise, un écrin pour « happening arty » ou défilé d'une griffe de mode. La présentation fut à la dimension d'une marque qui élabore un produit iconique et parvient à convaincre de sa rareté, alors qu'il est produit à plusieurs millions d'exemplaires. Un flacon Dom Pérignon est mondialement désiré par la même clientèle qui convoite un sac à mains d'une marque star ou une montre de haute horlogerie. Il incarne cet archipel de la Champagne qui rassemble les cuvées de prestige, des breuvages d'une qualité exigeante,





généralement anciens, souvent très coûteux mais dont le succès n'a jamais été aussi spectaculaire que ces dernières années.

DES CUVÉES PREMIUM À HAUTE VALEUR AJOUTÉE

Dom Pérignon fut longtemps partie intégrante de Moët & Chandon, son avant-garde. Avant de s'émanciper de la plus prolifique des maisons de champagne, qui écoule à plusieurs dizaines de millions de cols son Brut Impérial, ce brut sans année (BSA pour les pros) socle de toute la Champagne, plus de 75% des volumes chaque année. La part du premium tend à croître pour toutes les marques parce qu'elle crée de la valeur, ce que Moët & Chandon veut capter aussi puisque la place est libre dans sa gamme: Collection Impériale est lancée ce 1^{er} décembre (voir interview p.110), à 240 € la bouteille, un prix qui fait décoller son mix. Il s'agit de se positionner dans l'aire d'influence des stars de la catégorie: Krug dont toutes les cuvées sont de prestige dès sa première signature La Grande Cuvée (258 €), et Roederer avec Cristal, créée en 1876 pour le tsar Alexandre II. Le 2014 (290 €) maintient les très hauts standards qui ont fait de Cristal une icône mondiale: toujours millésimé, champagne de fête et vin de garde en même temps.

Le phénomène est donc ancien mais son essor récent, porté par les fondamentaux

Ci-dessus, la cuvée Cristal de Louis Roederer, créée en 1876, une icône mondiale. La cuvée prestige de Dom Pérignon, le Rosé Vintage 2009,

la sirième depuis 2000. Chez Bollinger, la cuvée Vieilles Vignes Françaises délivre 1000 à 2000 bouteilles.

économiques de la Champagne. « Cette premiumisation a commencé il y a une quinzaine d'années, recadre Martin Cubertafond, consultant en stratégie dans le secteur. Jusque-là, le marché était dominé par la croissance des volumes, pas des prix. La crise de 2008 déclenche une bascule avec une baisse des volumes, en même temps que la valeur augmente. Tout Champenois est obligé aujourd'hui d'aller vers le premium. Le prix moyen est tiré par le coût du raisin: 8 € le kilo actuellement contre 6,50 € à la fin des années 2010 et 4 € dans les années 2000! L'export est privilégié, là où l'on peut vendre un tiers plus cher. Tout s'est décalé vers le haut et les années post-Covid ont accéléré la tendance. »

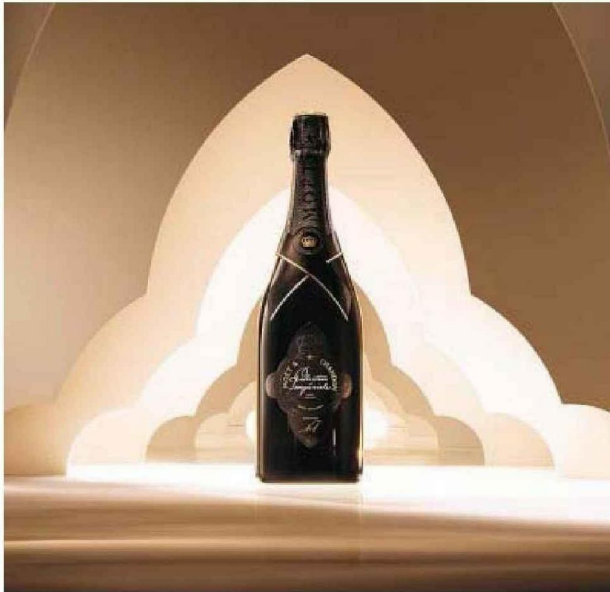
Dans cette veine qui fait prospérer le vignoble le plus envié de France (6,3 milliards d'euros de ventes en 2022), tout le monde veut s'engouffrer. Il y a quelques inclassables: avec ses flacons recouverts de métal, Armand de Brignac officie plutôt côté bling avec la dernière variation de son Blanc de Noirs propulsée à 1250 €. Le confidentiel négociant Boërl & Kroff, dont même le compte Instagram est privé, assure détenir le record mondial du champagne le plus cher: 221000 € pour un Melchisédech de 30 litres adjudgé aux enchères en mai dernier.

DES SYNTHÈSES DE SAVOIR-FAIRE

À l'opposé de ces adeptes du superlatif, l'iconique maison Salon cultive sa discrète singularité depuis 1920: un monocépage et mono-cru du Mesnil-sur-Oger produit uniquement les grandes années. Propriété de Laurent-Perrier depuis 1988, elle n'a jamais dévié de ce parti pris originel, qui l'a vu sortir seulement 44 millésimes en plus de cent ans. Salon dessine une approche que beaucoup ont déclinée en complément de leur production de BSA: des champagnes d'exception, produits en petite quantité et longuement vieillis, avec une dimension œnologique affirmée, parfois même une prolongation vers les terroirs alors que l'essence du champagne est dans l'assemblage.

Les grands vigneron ont aussi évangéalisé avec leur artisanat haut de gamme à prix

YRABOTA/SHUTTERSTOCK DR. CHARLES LAFON



La Collection Impériale de Moët & Chandon, lancée aujourd'hui. Un positionnement dans l'aire d'influence des stars de la catégorie, orchestré par Benoît Gouez, chef de cave de la maison.

élevé. Ils se nomment Sélousse, Egly-Ouriet, Agrapart, Tarlant... « Ces vignerons très qualitatifs ont recentré la Champagne sur la vigne. Ils ont rencontré un vrai succès, chez les prescripteurs avant d'être commercial, et apporté de la valeur à tous », poursuit Martin Cubertafond. « Ils ont eu une approche bourguignonne, à un moment aussi où la maturité de plus en plus fine de nos raisins permet de réaliser de grands millésimes. C'est une tendance profonde et une opportunité exceptionnelle pour la Champagne », renchérit Charles-Armand de Belenet, directeur général de Bollinger qu'il aime présenter comme « le plus grand des vignerons et la plus petite des maisons ».

En plus de ses iconiques cuvées d'assemblage (La Grande Année et RD), Bollinger propose aussi Vieilles Vignes Françaises, parcelle d'Aÿ franc de pied qui délivre 1000 à 2000 bouteilles selon les années, dont le prix du dernier 2013 atteint 2000 €. La Côte aux Enfants, vin tranquille qui a désormais son alter ego effervescent, vient approfondir la démarche parcellaire. « Nous allons l'accentuer sur nos 180 ha en propriété pour montrer toutes les facettes du pinot noir », assure Charles-Armand de Belenet.

Entré justement dans le giron de Bollinger en 2005, le plus modeste voisin Ayala assure sa montée en gamme par des cuvées particulières : La Perle, synthèse de savoir-faire dégorgée à la main, ainsi que La Collection, composée à partir de crus d'une année, et dont le prochain opus prévu en 2024 est déjà entièrement prévenu à

des distributeurs très demandeurs. Les deux sont positionnées à 150 €. « C'est le prix des plus grandes maisons il y a quelques années, note Hadrien Moullard qui dirige Ayala depuis 2012. Quand je suis arrivé, ce n'était pas du tout un sujet prioritaire. On peut dater le changement vers 2016, aujourd'hui tout le monde en fait et tout le monde est sous allocations ! »

DES PRIX DES GRANDS CRUS DE BOURGOGNE

La demande est générale, structurelle et durable selon la plupart des acteurs. Chez Ruinart, son président Frédéric Dufour aime à dire que tout est premium dans sa gamme mais c'est toujours Dom Ruinart qui tient le haut de la pyramide : « Plusieurs lames de fonds expliquent l'intérêt pour ces cuvées. Elles collent parfaitement au « moins mais mieux » qui gouverne aujourd'hui le choix des consommateurs, dont l'éducation est de plus en plus aiguisée. Elles ont élargi l'univers du champagne au-delà de la célébration. Et même si les prix sont élevés, ils restent abordables par rapport à des grands crus de Bourgogne ou de Bordeaux. »

À la croisée de cette reconnaissance du champagne comme un vin de dégustation et de l'appétit de luxe d'une clientèle mondiale, se trouve sans doute le succès de Rare, la cuvée de prestige de Piper Heidsieck depuis 1976, elle en a été séparée par son nouveau propriétaire, le groupe EPI de Christopher Descours (Weston). Maud Rabin a été recrutée il y a cinq ans pour en faire une marque à part entière. « Rare était trop différent de la gamme Piper et elle a décollé depuis qu'elle a son autonomie, assure la

tendances techniques, climatiques ou de consommateurs. Les cuvées millésimées, elles, se rapprochent du sur-mesure, comme une pièce unique. La Collection Impériale s'apparente à la haute couture : c'est de la haute œnologie, la démonstration du savoir-faire notamment dans l'élevage. C'est aussi un hommage au temps long, nous avons commencé à réfléchir à ce projet il y a 20 ans !

Quel est le processus de création ?

Création N°1 est un assemblage de millésimes remarquables qui a pour base l'atypique 2013. Nous attendons d'avoir la bonne année puis nous cherchons les vins de réserve que nous allons associer, élevés selon différents processus de maturation. C'est une construction entre fraîcheur et maturité avant que les bouteilles ne passent huit ans en cave. Enfin, cette cuvée zéro dosage est le premier brut nature de Moët & Chandon.

Allez-vous installer dans le temps cette nouvelle collection ?

Oui, Création N°1 est la première cuvée d'une ligne de champagnes. Nous sortirons cinq créations par décennie, les quatre suivantes sont déjà en cave. Collection Impériale nous amènera au moins jusqu'en 2043, l'année du 300^e anniversaire de Moët & Chandon.

BENOÎT GOUEZ : « COLLECTION IMPÉRIALE, DE LA HAUTE ŒNOLOGIE »

Entré chez Moët & Chandon en 1998 et son chef de caves depuis 2005, Benoît Gouez a commencé à penser il y a 20 ans à Collection Impériale dont la Création N°1 sort maintenant. Avec pour horizon l'année 2043, celle du tricentenaire de la maison d'Épernay : temps long, très long...

Comment se positionne la nouvelle Collection Impériale dans la gamme Moët & Chandon ?

Elle se trouve au sommet de la gamme mais dans sa continuité. Il y a d'abord Brut Impérial, un classique intemporel qui évolue simplement selon les

jeune femme. Son univers est clairement celui du luxe mais il faut d'abord l'excellence du produit. Ensuite, on peut y appliquer des codes.» Ceux de la haute joaillerie avec son flacon bijou dès l'origine, élaboré avec Van Cleef & Arpels.

UN BIJOU À DÉGUSTER

Maud Rabin a sollicité le joaillier Mellerio pour deux éditions limitées ultraluxe: la plus spectaculaire comporte une broche de 4,4 carats (détachable) sur dix magnums! Une clientèle très privée a déboursé environ 150 000 € pour ce bijou à déguster, à New York, Londres, Tokyo et depuis peu Shanghai, ces métropoles de la richesse que la marque cible. En sortant Rare de sa gamme, Piper Heidsieck a aussi libéré un espace pour d'autres cuvées. Elle a lancé concomitamment une collection Hors-Série, un millésime ancien revisité. La dernière réalisation 1982 (2500 exemplaires à 590 €) vient démontrer la réinvention de Piper. «Cela nous a permis de conquérir de amateurs de grands vins, qui ne cessent de se multiplier dans le monde, et de renforcer notre crédibilité

œnologique», assure le directeur général Benoît Collard. La création de cuvées premium présente cet intérêt pour des maisons en quête d'identité ou d'image. Contrôlée par Michel Reybier depuis 2014, Jeper vient de sortir un Grand Blanc de Blancs produit à partir de la vendange pied par pied de parcelles ciblées (120 €). «Nous n'avons pas de stratégie millésime parce que nous sommes trop jeunes, explique son associé Nicolas Dubois. Nous nous démarquons à travers nos idées de culture et de vinification. Et nous espérons que nos prix vont monter encore.»

En Vallée de la Marne, la maison familiale Pierre Mignon (400 000 bouteilles) a remis à l'honneur son Clos des Graviers, une parcelle de vieilles vignes dont le millésime 2011 est vendu 150 €. Historiquement installée dans le paysage champenois, la maison Gosset a la réputation

La maison Ayala produit deux cuvées prestige, La Perle et La Collection.

La maison Gosset produit Celebris, cuvée d'exception.

mais pas la taille critique des grandes maisons. Son étendard Celebris (190 €) a proposé son 9^e opus cet automne. «Nous le sortons quand toutes les planètes s'alignent et ce n'est pas souvent, sourit Odilon de Varine, à la fois chef de caves et dirigeant de Gosset. Les cuvées de champagne ont plusieurs vies dont la mise en bouteille n'est que le début. Ce sont des grands vins de garde mais la Champagne ne le disait pas.»

DU SUPER-PREMIUM AUTOUR DE 500 EUROS

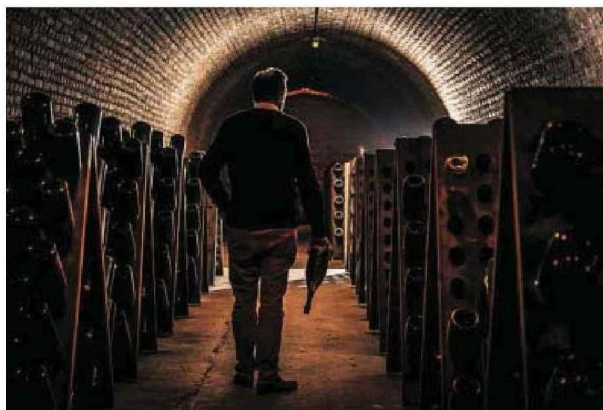
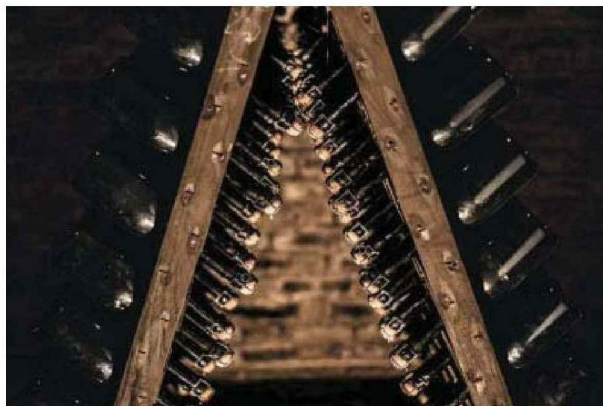
Une jeune maison a fait son credo de l'affirmer: Barons de Rothschild. Les trois branches de la famille se sont réunies sur le projet en 2010 et le patronyme donne une obligation. Celle de «faire des vins à haute valeur ajoutée», souligne le directeur général Frédéric Mairesse. Notre idée était de nous positionner avec des concurrents comme Bollinger, d'avoir Krug comme vision. Il y a un espace entre les deux qui n'est pas très occupé. Aujourd'hui, le premium représente déjà un tiers de notre mix. À 10 ans, nous visons 40 000 bouteilles super-premium autour de 500 € et plus.» Les jus de prochaines cuvées vieillissent dans les caves: un Blanc de blancs encore baptisé Code R pour 2025, un Clos à plus long terme.

Du haut de l'ancienne et prestigieuse collection Comtes de Champagne – 205 euros le flacon de millésime 2013 –, inaugurée en 1952, Vitalie Taittinger prend ces grands mouvements avec détachement. «Le champagne est une valeur refuge, estime la présidente de la maison éponyme. Aujourd'hui, toutes les cuvées trouvent leur public mais celles de prestige présentent beaucoup de contraintes à produire. On ne peut pas augmenter les volumes à la demande. En ce sens, c'est encore un artisanat qui force à l'humilité.»

Chez Billecart-Salmon, Matthieu Roland-Billecart, qui a redessiné la gamme autour des savoir-faire de la maison bicentenaire, prévient aussi: «La demande est très forte mais nous n'accélérons pas nos vieillissements pour y répondre, c'est une discipline. Attention aussi à ne pas trop complexifier nos gammes, à nous parler peut-être à nous-mêmes. Il ne faut pas oublier ce qui a fait le succès de la Champagne depuis des siècles.» Chez Charles Heidsieck, le sommet de la gamme est incarné par le Blanc des Millénaires (250 €). «Nous pourrions en vendre deux fois plus parce que la demande est là pour sécuriser ces grands vins dans la cave des collectionneurs», assure son directeur général Stephen Leroux. Nul doute que quelques-uns d'entre eux s'offriront la malle «Ultimate Collection» que la maison vient de lancer: 48 exemplaires disponibles dans le monde, couplés à une expérience œnologique et gastronomique, pour 15 000 €. Dans le précieux coffret, simplement 18 flacons de Brut Réserve, mis en cave de 1986 à 2018. C'est un peu la revanche du plus simple des champagnes: lui aussi a droit au prestige. ●

LES VENTES AUX ENCHÈRES DÉCOLLENT

Derrière l'inégalable Bourgogne, loin encore de Bordeaux ou de la Vallée du Rhône, la Champagne devient peu à peu un vignoble de second marché. Les amateurs, plus buveurs que spéculateurs, recherchent les cuvées qui ne sont plus disponibles dans les réseaux traditionnels. Les flacons rares de Salon sont apparus longtemps comme une exception sur un marché champenois des enchères atone, qui s'est élargi ces dernières années aux cuvées de prestige des grandes maisons et des vigneron stars. Selon le baromètre d'iDealwine, le prix moyen d'une bouteille, poussé par la demande, s'est envolé en 2022 de 42 %, à 259 €.



Plus d'infos sur lesechos.fr/weekend

IMAGESAIR PRODUCTIONS DR