

# Investir dans la production pour améliorer la qualité

Travail du sol et de la vigne, équipement dernier cri, consultation d'œnologues : certains exploitants mettent le paquet pour transformer une piquette en bon cru... et faire décoller les ventes.

Dans ses vignes de Saint-Estèphe, à 60 kilomètres au nord de Bordeaux, Didier Marcelis se frotte les mains. En trois ans, cet ancien directeur marketing de Cisco Systems a offert au château Sérilhan, le domaine familial, un saut en qualité digne d'un départ de fusée. Jusqu'en 2002, ce vignoble produisait un vin sans grand intérêt, aux trois quarts écoulé en vrac chez les négociants. Le père de Didier Marcelis vendait bien quelques milliers de bouteilles, mais sans aucune renommée et pour un chiffre d'affaires annuel de 200 000 euros. Aujourd'hui, quel contraste ! Reprise en main, agrandie, modernisée, l'exploitation a multiplié ses ventes par cinq, s'est fait une réputation auprès des critiques anglo-saxons, le célèbre Robert Parker en tête, et le public suit : inutile de chercher une caisse des deux premiers millésimes, tout est vendu.

Les milliers de petits domaines qui risquent aujourd'hui la mort s'ils ne se remettent pas en cause feraient bien de s'inspirer de ce spectaculaire redressement. De 1994 à 2004, en France, le nombre des producteurs a chuté de 197 000 à 103 000. Et personne n'est épargné : rien qu'en Saône-et-Loire, cent exploitations ont disparu en trois ans. Dans le Bordelais comme dans le Roussillon, des milliers sont menacés. La crise ? Oui, mais aussi, trop souvent, le maintien fatal d'une routine ancestrale qui ferme toute perspective :

sortir un vin banal sous le parapluie d'une AOC plus ou moins prestigieuse et attendre le client. Au contraire, les viticulteurs qui s'en sortent, comme le patron du château Sérilhan, sont ceux qui multiplient les investissements pour produire un cru qui se remarque. Travail de la terre, vinification, recherche d'un bouquet original : tous ces efforts pour améliorer la qualité du vin finissent par payer.

## L'analyse scientifique du sol permet de changer le goût du vin

Comme dans n'importe quel business, l'ambition a cependant un coût. Et la première dépense à envisager est l'agrandissement du domaine : sur une exploitation trop petite, investir pour monter en gamme ne peut pas être rentable. Avant d'étendre ses terres pour 1,5 million d'euros (lire le tableau ci-contre), Didier Marcelis a ainsi cherché à définir la taille optimale : «J'ai entré dans un tableur Excel la superficie de toutes les exploitations de bordeaux supérieur», explique l'ancien manager. Résultat : une moyenne de 24 hectares, à peu de choses près la nouvelle surface du domaine.

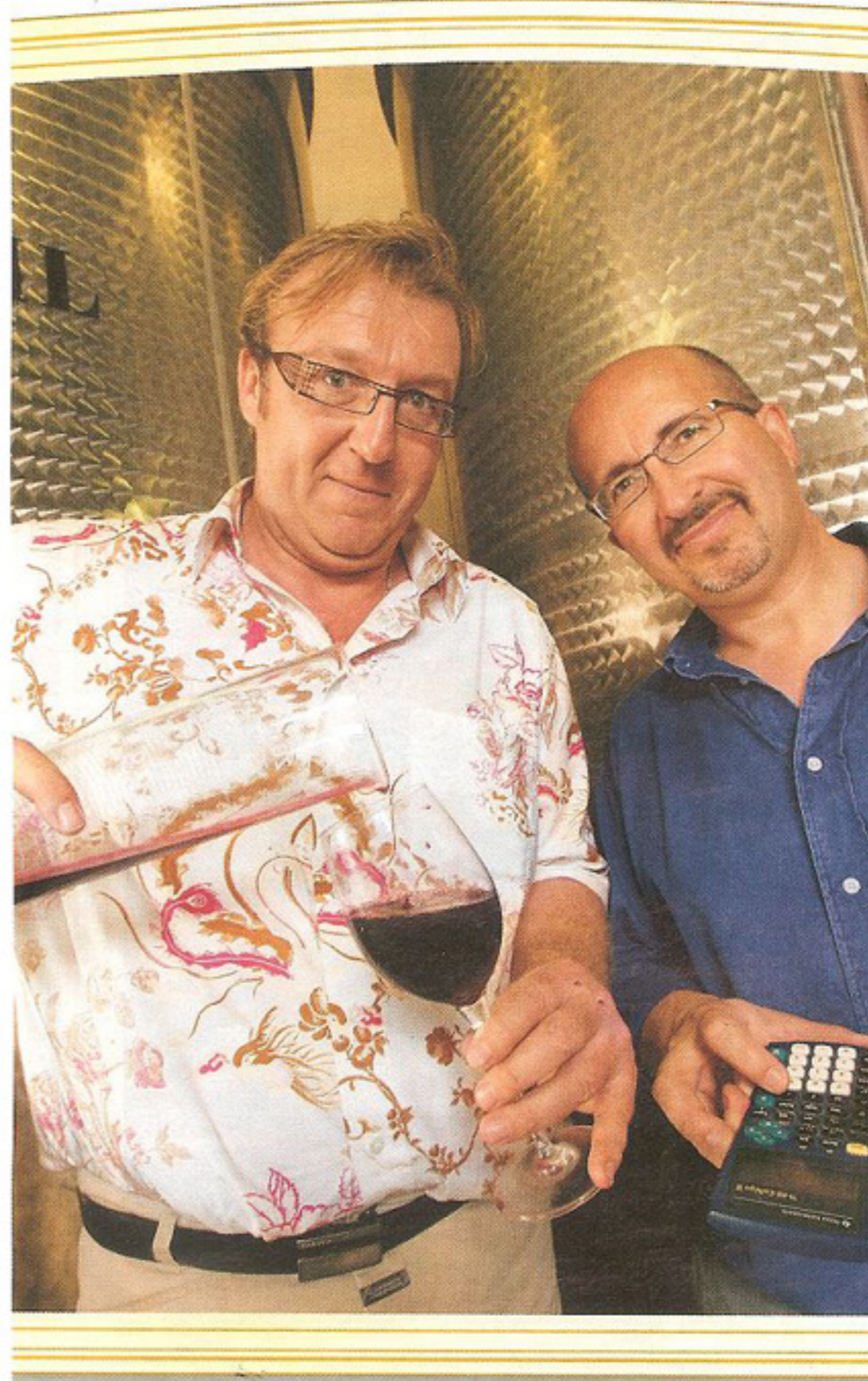
Dans un deuxième temps, il s'est attaqué au travail sur les sols et sur la vigne. Le terrain avait été négligé et arrosé d'engrais chimiques ? Il s'est livré à un véritable audit des sols, grâce à une analyse géologique et biologique effectuée par un labo-

ratoire pour 200 euros l'hectare. Plusieurs mesures en ont été déduites. Le sol a été labouré pour obtenir des racines plus profondes. La vigne capte ainsi mieux les arômes du terroir, tout en devenant plus résistante aux caprices de la météo. La vigne elle-même a été «opérée» : en rehaussant les piquets (un travail de Romain), on a augmenté la surface du feuillage et diminué le nombre de grappes par pied. Résultat lors des vendanges : un jus de raisin plus concentré.

Bien sûr, les techniques employées dépendent des régions et des viticulteurs. Certains recyclent des vieilles vignes comme, dans le Roussillon, Hervé Bizeul. Ses terres, achetées 5 000 euros l'hectare en 1998, donnaient du rivesaltes, vin doux en pleine mévente. Pour produire ses vins rouges raffinés, il a divisé les rendements par deux. Aujourd'hui, produire son raisin lui revient à 12 000 euros l'hectare, contre 1 500 euros chez un vigneron de coopérative. Dans la même région, Serge Baux a préféré, lui, replanter son terroir de 10 hectares : «Les jeunes vignes ont la réputation de ne pas donner de bon vin», s'amuse-t-il. Avec ses bouteilles à 10 euros au minimum, il prouve le contraire et dégage un chiffre d'affaires annuel de 160 000 euros.

A chacun sa technique. Mais là où les apôtres de la qualité se retrouvent, c'est dans le soin de la récolte. Ils délaissent la vendangeuse mécanique, qui écrase les grains et ramasse les lézards ou les escargots, pour la cueillette manuelle, trois fois plus coûteuse. Ensuite, Marcelis couve son raisin, réfrigéré durant son transport jusqu'aux

chais. Là, dans ses cuves thermorégulées, pas question de mélanger les jus du cabernet et ceux du merlot. Isolés en fonction des parcelles d'où ils viennent dans une douzaine de cuves, ils ne se marieront que plus tard, lors de l'assemblage, sous l'œil vigilant et la pipette experte d'un professionnel. Impossible en effet de réussir sans vraies compétences. Dans les domaines dynamiques, les régisseurs à l'ancienne cèdent la place à de vrais directeurs techniques, comme, à Sérilhan, Philippe Lespy, docteur en œnologie de l'université de Bordeaux-II après un cursus de six ans.



Ex-directeur marketing de Cisco Systems, Didier Marcelis (à droite), aidé de l'œnologue Olivier Dauga, a ramené le domaine familial de château Sérilhan.

## Trois ans d'investissements pour faire d'un vin banal un nectar

Changements intervenus depuis 2003	Impact sur la qualité du vin	Montants investis
Extension de l'exploitation, passée de 9 à 22 hectares de vignobles.	Culture de nouveaux cépages (petit verdot et cabernet franc).	1,5 million d'euros
Labour du sol, engrais organique, réduction du nombre de grappes.	Meilleur arôme grâce aux racines profondes, jus plus concentré.	400 000 euros
Abandon de la vendangeuse : le raisin est désormais récolté à la main par des étudiants.	Raisin en bon état, sans déchets (brindilles, bois, escargots...).	68 000 euros
Matériel neuf : tables de tri, pressoir et filtres, chais climatisés et cuves régulées.	Jus moins «brutalisé», meilleur contrôle de la fermentation.	280 000 euros
Ajout de petites cuves en chêne neuf à côté des cuves classiques en inox ou béton.	Les cuvées de chaque cépage sont isolées jusqu'à l'assemblage.	70 000 euros
Achat de 100 barriques neuves et de 200 d'occasion en chêne français et américain.	Le choix du bois permet d'ajuster la concentration du vin.	100 000 euros
Remplacement du directeur technique par un œnologue diplômé de la fac de Bordeaux.	Qualité privilégiée tout au long du processus : vigne, vinification...	55 000 euros
Emploi du consultant Olivier Dauga pour définir le style du vin et le profil des millésimes.	Qualité et goût plus constants d'une année sur l'autre.	27 000 euros
<b>Total</b>		<b>2,5 millions d'euros</b>

De même, on fait de plus en plus souvent appel à des «winemakers» indépendants. Un peu comme les nez dans l'industrie du parfum, ces sorciers ajustent le style des crus (concentrés ou légers, plus ou moins fruités) en assemblant les différentes cuvées. Le métier a ses stars, tel Michel Rolland, qui coache Pomerol et les vignobles géants d'Argentine. Mais ses honoraires planent à l'altitude de sa réputation : comptez 40 000 euros par an pour une propriété milieu de gamme. Heureusement, il n'y a pas que lui et, pour quatre fois moins cher, château Sérilhan se paie les services

d'Olivier Dauga. Cet ancien rugbyman en santiags conseille une trentaine de domaines, et les aide à sortir des vins bon marché et délicieux après seulement trois ans en cave.

## On peut prendre un charter et aller vendre son vin à New York

Le «winemaker» est cependant une spécialité bordelaise. A Vosne-Romanée, le Bourguignon Michel Gros s'en passe : «Ici, les exploitations sont de vraies mosaïques. Le même vin varie d'un domaine à l'autre, et c'est notre richesse.

Un coach nivellera tout.» Mais pour le reste, il applique à son hautes-côtes-de-nuits les méthodes du moment. Résultat ? Alors que les ventes de cette appellation reculent, les bouteilles de Gros partent comme des petits pains. «Attention, précisez-t-il, pour s'en sortir, il faut aussi aller chercher les clients. Les Australiens consacrent en moyenne 30% du prix d'une bouteille à la politique commerciale. Chez nous, c'est 3% ! Nous devons viser les 15%.» Il a ainsi créé un poste de relation clientèle. En Roussillon, Hervé Bizeul renchérit : «Il ne faut pas hésiter à sauter

dans un avion pour aller vendre son vin à New York !» Tous ont ainsi appris à utiliser la mondialisation. Comme Ciaran Rooney, à Mormoiron, dans le Vaucluse. Cet Irlandais a investi 500 000 euros dans sa cave. Il y élabore 80 000 bouteilles par an d'un côtes-du-ventoux excellent. Son problème ? L'appellation a mauvaise réputation en France. Alors notre homme passe le Channel et fait goûter ses nectars à des amateurs british sans préjugés, puisqu'ils auraient du mal à placer le Ventoux sur une carte ! Ravis, ils lui achètent 85% de sa production.

François Landon ♦