



STÉPHANE DERENONCOURT "LES COUGNAFIERS ONT DISPARU"

L'un des consultants les plus demandés au monde livre sans langue de bois sa vision de l'évolution du vignoble bordelais.

Le Figaro Magazine - Comment expliquez-vous que Bordeaux rayonne autant à travers le monde ?

Stéphane Derenoncourt - Pour des raisons historiques, tout d'abord. C'est la région viticole qui s'est structurée la première grâce à un immense réseau de distribution, le négoce, qui a permis d'exporter le vin dans le monde entier. Il ne faut pas oublier que c'est également le plus grand vignoble en superficie, ce qui a permis d'avoir la matière suffisante pour commencer à élaborer des vins fins et voir éclore des marques. Bordeaux est avant tout un vignoble de marque avant d'être un vignoble d'appellation. Rapidement, il est devenu un modèle pour d'autres régions. Regardez par exemple l'Italie, qui restait dans l'anonymat lorsqu'elle produisait du vin avec ses cépages locaux. Elle est devenue internationalement reconnue le jour où elle a produit des crus avec des cépages bordelais. Ce même phénomène s'est répété en Californie ou encore en Argentine. Parallèlement, Bordeaux a toujours été un modèle d'excellence, de savoir-faire technique et de qualité et reste, quoi qu'il en soit, cette appellation qui fait rêver les consommateurs.

Est-ce pour cette raison que l'on fait appel à des consultants comme vous pour vinifier partout dans le monde ?

J'imagine qu'il y a quelque chose de rassurant lorsque l'on fait appel à nous. Nous savons, par exemple, gérer les aléas climatiques. Et surtout, nous proposons une approche différente. Lorsque j'accepte une mission de conseil, je souhaite avoir une vision globale du domaine, sur les sols et la viticulture. Je rappelle d'ailleurs que je ne suis pas œnologue. A chaque fois que j'embauche un jeune œnologue, je me rends compte qu'il ne connaît rien à la vigne. Ma structure compte 18 personnes qui se mettent au service de nos clients, dans un esprit vigneron. Je ne me contente pas de venir réaliser trois essais d'assemblage pour repartir aussitôt, estimant ma mission terminée. Je fais tout pour ne pas banaliser les vins pour lesquels on me demande d'intervenir. Bordeaux a trop souffert de cette banalisation, avec des vins snobs, boisés à outrance, dont on avait gommé le terroir.

Est-ce à cause de cette banalisation que Bordeaux a un peu perdu de son lustre au cours des dernières années ?

En partie, et aussi parce que les consommateurs se sont lassés du comportement parfois arrogant de certains grands crus lorsque, à la fin

des années 1990, l'écart de prix entre les grandes bouteilles, devenues très spéculatives, et le reste du marché a quintuplé. Sans parler du fait que l'offre se limitait globalement, d'une part aux grands crus hors de prix et, à l'autre bout du spectre, à des vins de piètre qualité que l'on envoyait par containers entiers en Chine. Le négoce ne faisait plus l'effort de promouvoir les vins de qualité intermédiaire, qui étaient très mal distribués. Il est alors devenu de bon ton d'arrêter de boire du bordelais. Les cavistes et les sommeliers n'en achetaient plus. Or, ce ne sont pas les grands crus qui ont souffert de ce phénomène mais les petites appellations.

Comment Bordeaux a-t-il réussi à rebondir ?

Il a fallu se remettre en cause. Et la seule manière de s'en sortir consistait à faire progresser drastiquement la qualité de nos vins. D'autant que, parallèlement, nous avons vu émerger une nouvelle génération de vins haut de gamme dans la Loire, la vallée du Rhône ou encore dans le Languedoc, qui se sont mis à tailler des croupières à nos cuvées. La prise de conscience a été collective. Les gougnaifiers qui faisaient du mauvais vin ont petit à petit disparu du marché. De nombreuses vignes ont été arrachées et les domaines se sont concentrés. En vingt ans, Bordeaux a ainsi fait sa révolution. Vous trouvez désormais une quantité incroyable de bons vins à des prix ultracompetitifs, le plus souvent moins de 10 €. Mais la place de Bordeaux, telle qu'elle est organisée, ne sait

pas commercialiser ces vins, qu'il s'agisse des côtes-de-castillon, des côtes-de-bourg, des médocs, des crus bourgeois, des bordelais ou des bordelais supérieurs, par exemple, ou alors très imparfaitement. Il faut, là aussi, réinventer un nouveau modèle de distribution.

Pensez-vous que le départ de Robert Parker, le célèbre critique américain, et la fin de sa mainmise sur le vignoble bordelais, soit aussi une opportunité ?

Oui, le départ de Robert Parker a, quelque part, été salutaire. Mais j'ai énormément de respect pour ce monsieur et les Bordelais devraient lui ériger une statue. Mais il représente une époque révolue. J'ai désormais nettement moins de pression de la part de mes clients : nous ne courrons plus après la note Parker. Nous disposons de plus de liberté pour élaborer des vins de terroir, identitaires, qui pourront procurer du plaisir à la clientèle qui s'est lassée des vins stéréotypés que Robert Parker pouvait symboliser.

■ PROPOS RECUEILLIS PAR FRÉDÉRIC DURAND-BAZIN

