

Champagne ! Les secrets de la conquête monde par les bulles française



Le champagne se vend partout dans le monde, à commencer par la France. Mais à l'export, les Etats-Unis et le Royaume-Uni occupent les premières places. Devant l'Allemagne, le Japon et la Belgique.

Avec Aude
Kersulec

Pour les milieux d'affaires, le champagne français a deux caractéristiques. D'abord, c'est un marqueur de prospérité et de luxe. Et les chiffres de ventes de cette année prouvent qu'on est bel en bien sorti de la crise.

Ensuite, c'est un amortisseur de déficit commercial. Le produit des ventes à l'étranger finance les 2/3 de nos importations de pétrole. Les ventes à l'étranger n'ont pas cessé de croître, en particulier en Asie comme dans les régions où il était déjà bien implanté. Le tour du monde des plus grands consommateurs de champagne réserve quelques surprises.

Le premier marché étranger : les américains, éternels consommateurs de bulles

Si aujourd'hui, nos bouteilles françaises ont comme première destination les Etats-Unis, elles n'ont pas toujours été aussi bien accueillies outre-Atlantique. La Prohibition et les lignes de tempérances dans les années 20, où toute consommation d'alcool était interdite, en sont les années sombres.

Et pourtant, les américains avaient découvert très tôt ce vin effervescent et avaient vite adopté ce produit de luxe considéré comme un « nectar à bulles ».

La légende dit que, lors des célébrations de la Déclaration d'indépendance, le champagne coulait à flot et que par la suite, George Washington, le père fondateur, en fit sa boisson de fin de repas. En 1787, année de la Constitution, ce sont les cent premières bouteilles de Moët qui furent expédiées. **Et si aujourd'hui, le numéro un mondial du champagne, devenu depuis Moët et Chandon, représente toujours un tiers du marché américain, il le doit notamment au prestige de Hollywood.** Cette marque est omniprésente dans les films américains. **Du premier film d'Hitchcock jusqu'aux cérémonies des Golden Globes où elle est sponsor, la marque jouit d'une notoriété inégalée.** « Dans *Gatsby le Magnifique*, on voit Moët quasiment toutes les deux minutes sans que nous ayons eu besoin de payer quoi que ce soit » se targue le responsable marketing de Moët.

Aujourd'hui, 20 millions de bouteilles muselées prennent chaque année la direction des Etats-Unis. Et si les producteurs français s'en frottent les mains, c'est aussi que les américains, contrairement à leur réputation, deviennent exigeants dans le choix des crus, avec des bouteilles à prix moyen plus élevé.

Royaume-Uni : le marché historique est aujourd'hui bousculé

La proximité du Brexit n'incite pas les anglais à faire la fête et donc à boire du champagne. Les ventes s'en ressentent.

Pourtant, les anglais auront eux aussi grandement contribué au succès mondial du champagne et ce, dès ses débuts. En 1660, c'est un français exilé de la cour de Mazarin, Charles de Saint-Evremond, qui en fait la publicité « *N'épargnez aucune dépense pour avoir des vins de Champagne* ».

L'homme est un critique littéraire, épicurien et libertin. Au près des aristocrates anglais, il se fait le « courtier » de la City pour le commerce de champagne.

Deux siècles plus tard, c'est cette fois grâce à un anglais qu'est née la variété de champagne brut. A l'origine boisson légèrement sucrée, les anglais préférèrent la rendre relativement plus acide, de quoi boire le champagne non pas juste au dessert, mais tout au long du repas. Le champagne brut fut définitivement adopté par le prince de Galles par une expédition provenant de la maison Bollinger d'un millésime 1874 jugé exceptionnel.

Aujourd'hui, les anglais ont perdu leur place de premier acheteur de champagne qu'ils trustaient depuis les débuts – imputable à la fois la baisse de la livre, conséquence du vote du Brexit et qui a renchérit les importations ; mais aussi à la tendance qu'ont eue, ces dernières années, les maisons de champagne à acheter des terres anglaises pour y cultiver leur vin effervescent. Bientôt un champagne anglais ?

La bonne surprise, c'est le marché japonais qui monte à une vitesse éclair

Longtemps économie fermée, le Japon découvrira le champagne sur le tard, dans les années 1980. *Quand je suis arrivé après-guerre, c'était la folie des bananes. Le Japon refusait toute importation hormis celle de ce fruit des Philippines. On offrait des bananes aux mariés ! Trente ans après, ce fut le champagne* se rappelle Ernest Singer, président de Millésimes, un des principaux importateurs de vin à Tokyo. Et pourtant, le champagne ne s'est pas imposé immédiatement et s'est retrouvé en duel face au cognac, qui convenait mieux aux longues négociations d'affaires des japonais. Peu à peu, ce sont les femmes qui l'ont adopté, le trouvant assez léger pour accompagner makis et autres sushis.

11 millions de bouteilles ont été vendues en 2016, le Japon ayant récemment dépassé la Belgique dans le classement des pays importateurs de champagne.

En Russie, un lien ancien entre les terres champenoises et les tsars et tsarines mais un marché en baisse

C'est sous le règne de Catherine II dès 1762 que les premières bouteilles arrivent en Russie et sont servies aux invités de l'impératrice très francophile.

Et c'est une autre femme qui abreuvera la Russie au tout début du XIX^{ème} siècle. Cette femme, c'est la Veuve Clicquot. Nicole-Barbe Ponsardin est l'épouse de François Clicquot qui a récupéré le négoce de vins de son père. Mais la jeune femme devient veuve à 28 ans et doit s'emparer de la direction de la maison de champagne. **Elle comprend vite que le développement de la marque se fera à l'international, mais à l'époque des guerres napoléoniennes, les Français ne sont pas les plus appréciés. A peine son champagne a-t-il ses entrées à la cour du tsar que la Russie et la France entrent en guerre. Reims devient un champ de bataille et les soldats russes s'invitent dans les caves, débouchant les bouteilles les unes après les autres.** « *Aujourd'hui ils boivent. Demain ils paieront* », aurait-elle dit.

Pas rancunière, Mme Clicquot est même visionnaire, elle est persuadée qu'il y a un marché en Russie. Avant même le traité de paix entre les deux pays, en 1814, elle fait affréter un navire pour transporter 10 000 de ses bouteilles. Quand les frontières se rouvrent, elle a alors un coup d'avance sur ses concurrents et peut fournir les tables princières. Au bout d'un mois, la marchandise est déjà écoulée mais un nouvel approvisionnement navigue déjà vers St Pétersbourg. Le champagne coule à flot sur la Russie jusqu'au début du siècle suivant, du moins. Une cargaison coulée de Veuve Clicquot datant de cette période a même été retrouvée il y a peu en mer Baltique. Et, après 170 ans sous les mers, le champagne était intact !

Après avoir connu son apogée, le marché disparut totalement pendant la période soviétique pour ne renaître qu'à partir des années 1990.

Aujourd'hui, la Russie n'est pas redevenue un importateur à la hauteur de ce qu'elle a pu être. Elle détient la neuvième place du classement, avec des volumes similaires à ceux de la Suisse. Côté bouteille en revanche, le pays est revenu à ses premiers amours. En effet, c'est le champagne Ruinart, celui qui avait été introduit dans les premiers en 1765, qui reste le plus prisé aujourd'hui. Du show off de certaines bouteilles hors de prix pour oligarques aux deux produits phares, le Blanc de blancs et le Rosé au look haut de gamme mais au prix à la portée des classes moyennes aisées, les ventes approchent les 100 000 bouteilles sur le million et demi consommées à l'année.

Le champagne continue de plaire à travers le monde. La filière peut se targuer d'une excellente forme et devrait réaliser pour 2017 son chiffre d'affaires record à l'international, soit 5 milliards d'euros, accompagnant le rebond de croissance mondiale. Mais alors, est-ce que c'est le champagne qui a contribué à booster la croissance mondiale en 2017 ou est-ce parce que l'économie va bien que l'on boit plus de champagne ? Le mystère demeure sauf que la prospérité revenue permet quand même de payer l'addition.