Les Echos
LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE

PAYS : France
PAGE(S) : 22-25
SURFACE : 318 %
PERIODICITE : Quotidien

DIFFUSION : 125172

► **15 juillet 2016 - N°15 07 2016 - Week End**

VINS LA REVANCHE DU LUBERON

Ce paradis provençal n'a longtemps produit que du vin très ordinaire. Grâce au travail acharné de nombreux passionnés, il livre maintenant des bouteilles de belle tenue, récompensées dans de prestigieux concours. Reportage au cœur des vignes.

Par Marie-Josée Cougard – Photographe : Denis Dalmasso

Niché dans l'extrême sud du Vaucluse, à moins d'une heure d'Avignon ou d'Aix-en-Provence, le Luberon a tout de la nature heureuse, aux mains d'un jardinier attentif. L'eau a manqué cette année, pourtant rien n'y paraît. Les cerisiers ont livré leur lot de bigarreaux, Napoléon ou Burlat, et de Montmorency. Les lavandes embaument. Amandiers, oliviers, chênes truffiers alternent avec les champs de blé dur et les rangs de vigne parfaitement entretenus qui grimpent sur les coteaux de la montagne du Luberon et de ses sommets ronds. Quelques cyprès. Des châteaux qui ont conservé les tours de guet des périodes troublées où l'on ferraillait volontiers. De solides bâtisses paysannes aux tuiles arrondies. On pense à la Toscane, et on n'est pas loin de l'Eden.

Tout le monde connaît le Luberon. Peu ou prou. Sans forcément y être allé. Certains pour Albert Camus ou Camille Corot, d'autres pour Pierre Cardin, d'autres encore pour ses incroyables villages perchés, Ménerbes, Bonnieux, Lacoste, Oppède. Mais on connaît rarement ses vins. Pourtant, depuis peu, ils accumulent les récompenses. La cuvée 2012 de Gardarem vient de remporter la médaille d'or du concours mondial de la syrah, ce cépage à la fois poivré et délicat qui a fait la réputation des crozes-hermitage et des côte-rôtie. Médaille d'or aussi pour le Pétula rosé, l'or encore pour le Grand Marrenon rouge, l'argent pour l'Amountanage («transhumance» en provençal) blanc de 2014, au Challenge du Millésime Bio. Les distinctions affluent, mais la notoriété reste à construire. Des réticences demeurent. C'est une injustice qu'il faut réparer.

«LE BIO, UN ÉTAT D'ESPRIT»

Dans le Luberon, Marrenon est la marque étendard. Lancée en 2006, pour tourner la page de plusieurs années de mévente, par une union de coopératives répondant au même nom, elle assure 80% de la production, à côté des domaines familiaux de la Citadelle, de Château la Canorgue, de Château la Verrerie et quelques autres. Chacun d'eux a son histoire. Celle d'un vignoble qui aurait pu mourir sacrifié sur l'autel du tourisme – de plus en plus présent – et qui a été sauvé par des passionnés. Des amoureux de cette région au climat si particulier, mélange de terres arides et de végétation luxuriante abreuvée par un vaste réseau souterrain d'eau, qui sourd au milieu des zones sèches. Ici, la lumière est chaude. Les journées ensoleillées. Les nuits un peu fraîches. C'est de là que jaillit l'originalité de l'appellation Luberon. L'amplitude thermique entre le jour et la nuit lui confère des caractéristiques différentes des autres vins de la vallée du Rhône. «*Une maturation lente des raisins, au pied de la montagne du Luberon, donne leur fraîcheur et leurs arômes de fruits aux vins*», dit l'œnologue Geneviève Robert, directrice de la Cave de Sylla. Miel, citron et noisette grillée pour les

Romain Dol, viticulteur au domaine du Novi, à La Tour-d'Aigues. Page de droite: au pied du village perché de Lacoste, s'étend la plaine fertile.

Tous droits de reproduction réservés

Les Echos
LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE

PAYS : France
PAGE(S) : 22-25
SURFACE : 318 %
PERIODICITE : Quotidien

DIFFUSION : 125172

► **15 juillet 2016 - N°15 07 2016 - Week End**

[redacted]

vermentino blancs, comme Grand Marrenon et Doria. Cassis, myrtille, framboise pour les rouges comme Sépia et Orca. Blancs, rosés, rouges : le Luberon offre une gamme très riche de vins de qualité sous appellation Luberon ou Ventoux, dont une grande partie en bio. *« Le bio, c'est ici plus un état d'esprit qu'un atout commercial »*, estime Romain Dol, un jeune viticulteur installé sur le domaine du Novi, à La Tour-d'Aigues. Pour Alexis Roussel-Rouard, qui dirige le domaine de la Citadelle, créé en 1989 par son père, Yves Roussel-Rouard, le cinéaste producteur d'*Emmanuelle* et des *Bronzés*, le choix du bio est lié au classement de la région en parc naturel et *« à une forme de respect de l'environnement »*. Le chemin parcouru pour en arriver au niveau de qualité actuel a été long et rude. *« Il y a cinquante ans, ici, on ne faisait que du vin ordinaire et personne ne s'inquiétait de produire pour vendre »*, se rappelle Jean-Louis Piton, le président de Marrenon, qui regroupe huit coopératives viticoles. Le Luberon n'était pas seul dans ce cas. Tout le sud de la France suivait la même logique. L'Europe, qui choyait alors les agriculteurs, offrait des primes pour toutes les situations. C'était la grande période de la distillation obligatoire, qui permettait de ☛

DEUX OU TROIS NOUVELLES AOC PAR AN

Le vignoble français produit 3 240 vins différents regroupés sous 383 appellations sur 80 départements. Contrairement à ce que croient nombre de consommateurs, les appellations ne garantissent en rien une meilleure qualité gustative. Elles certifient simplement l'origine et la tradition, la fidélité à des méthodes propres à un terroir, la typicité. Le Bordelais en propose une quarantaine (bordeaux, bordeaux supérieur mais aussi moulis, pauillac, saint-julien...), la Bourgogne 83, (aloxe-corton, chablis, chassagne-montrachet...), le Languedoc-Roussillon 28, la Loire 52, la Provence 13, le Rhône 28, etc. Historiquement conçu comme un dispositif antifraude, le système de appellations, fondé sur un décret-loi de 1935, est géré par l'INAO, l'organisme chargé de leur définition, de leur protection et de leur contrôle. La politique française a inspiré la réglementation européenne, fondée sur le concept d'AOP (appellation d'origine protégée) élargi à l'ensemble des produits agricoles et alimentaires depuis 1990. L'INAO délivre deux à trois nouvelles AOC viticoles par an en France.

Tous droits de reproduction réservés

Les Echos
LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE

PAYS : France
PAGE(S) : 22-25
SURFACE : 318 %
PERIODICITE : Quotidien

DIFFUSION : 125172

► 15 juillet 2016 - N°15 07 2016 - Week End

Philippe Tolleret, directeur général de Marrenon, marque étendard des vins du Luberon. Ci-dessous : dans les chais de Marrenon, à La Tour-d'Aigues. À droite : Geneviève Robert, directrice de la Cave de Sylla, à Apt.

retirer la surproduction de vin du marché en la transformant en eau-de-vie. Le Luberon a eu son visionnaire, dans les années 60, en la personne d'Amédée Ginies, un viticulteur de la région. Il a implanté un nouveau cépage, la syrah, pour améliorer la qualité des vins, convaincu les coopératives de s'unir et de jouer la carte de la grande distribution, elle aussi en plein essor. «*Cela a marché pendant vingt ans*», rappelle Jean-Louis Piton. «*On était soit des sous-côtes-du-rhône, soit des sous-côtes-de-provence*», explique Joël Bouscarle, président du syndicat des appellations du Luberon. L'image de petits vins pas chers est restée dans certaines mémoires.

UN COMBAT POUR CHANGER LES MENTALITÉS

Plus aucun jeune n'avait envie de s'installer comme vigneron ici. Les perspectives étaient à peu près nulles. Le destin de cette terre caillouteuse semblait tracé : elle serait dévolue au tourisme. Une riche Brésilienne, Pétula Garcia, avait lancé le mouvement dans les années 60, invitant des gens du monde entier à venir découvrir cette partie méconnue de la Provence, où elle avait hérité d'une maison. Des privilégiés en quête de l'authenticité perdue par la Côte d'Azur ont commencé à acheter de vieilles bâtisses de pierre, retapées à prix d'or et cachées derrière de hauts murs. Au grand dam des Luberonais, inquiets de voir disparaître la vie de village. Face à la mort annoncée des vignobles attachés aux maisons acquises par des «estrangers», ils ont été plusieurs à réagir et à se battre pour changer l'état d'esprit des vignerons. «*Il fallait faire comprendre que ce qu'on produisait ne répondait pas aux attentes du marché. Et apprendre à créer de la valeur*», dit Jean-Louis Piton. À force d'engueulades entre «conservateurs» et «rénovateurs», au prix d'un profond travail sur la vigne et de l'adoption de nouvelles méthodes, les vins du Luberon ont obtenu la reconnaissance de leur appellation par l'INAO (Institut national des appellations d'origine) en 1988. Ce n'était pas assez pour surmonter la crise qui s'est ouverte en 2003, un millésime «*catastrophique*». En 2006, les cours étaient tombés si bas qu'ils ne couvraient plus le coût d'entretien de la vigne. «*L'AOC ne suffisait plus. Il fallait des marques pour s'imposer*», dit Jean-Luc Piton.

C'est à Philippe Tolleret, un ingénieur agronome, issu du groupe Skalli et recruté comme directeur général de Marrenon en 2006, que revient le mérite d'avoir poursuivi la mue. Il a «*redéfini le profil des vins*» en alliant modernité et terroir. Avec des méthodes qui ont fait grincer des dents. Parmi lesquelles un tarif sanction. «*Le coopérateur qui n'aligne pas sa production sur le cahier des charges de la coopérative est rémunéré 10 centimes d'euros du kilo de raisin*», explique Philippe Tolleret. Autant dire rien ! De quoi instaurer une vraie discipline. Autre polémique houleuse : quand il a fallu expliquer aux vignerons qu'ils ne percevraient pas les primes d'arrachage de Bruxelles parce que la coopérative avait

Tous droits de reproduction réservés

Les Echos
LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE

PAYS : France
PAGE(S) : 22-25
SURFACE : 318 %
PERIODICITE : Quotidien

DIFFUSION : 125172

► 15 juillet 2016 - N°15 07 2016 - Week End

finalement décidé de conserver les vieux grenaches. Septuagénaires, voire centenaires, ces ceps ont été retravaillés de manière à privilégier la finesse et le fruit, en oubliant les rendements. «*Une des parcelles sauvées de l'arrachage donne aujourd'hui des grenaches qui valent les meilleurs châteauneuf-du-pape*», affirme Geneviève Robert. Philippe Tolleret a élaboré son business plan à cinq ans. Le chiffre d'affaires de 25 millions d'euros, réalisé avec une gamme de 6 à 30 euros la bouteille, devrait atteindre 33 millions d'euros d'ici à 2020. «*Les rouges sont le fer de lance de cette stratégie de valorisation. Ils vont prendre de l'importance grâce à un système de garantie de rémunération à la parcelle*», précise Philippe Tolleret. Les réponses à l'international sont bonnes. «*En Chine, où les importateurs sont à la recherche de nouveautés, nos rouges passent très bien*, dit Jean-Luc Piton. *On a même eu une demande d'exclusivité de la part d'un distributeur.*» Parti d'«*une feuille blanche en Amérique du Nord*», Marrenon a atteint le stade du renouvellement de commande. Pas de forfanterie pour autant. «*On cherche à s'imposer en haut de gamme sur des origines connues comme low cost*», reconnaît Jean-Louis Piton, conscient des difficultés à surmonter.

UNE BELLE AVENTURE DE COPAINS

Le Luberon a inspiré bien d'autres expériences viticoles. Parmi les plus sympathiques : celle de Sylvain Lenoir, agent immobilier à Ménerbes depuis 1999. Une aventure qui, au départ, tenait plus du pari entre copains que du projet économique. Décidée lors d'un dîner un peu arrosé entre amateurs de vins, son entreprise a démarré en 2012. Sur quatre hectares abandonnés, avec un brin de fantaisie, une bonne dose d'enthousiasme et une bande de 70 «amis» pour partie recrutés sur les réseaux sociaux. Entrepreneurs en maçonnerie, assistante maternelle, interne en psychiatrie et... un vigneron professionnel, François Busi, qui exploite le domaine d'Alloïs, à Caseneuve. Ainsi est né Orgâmic, un nom qui évoque l'orgasme et l'amitié. Les quatre hectares sont devenus huit. «*On nous en a proposés plus qu'on ne souhaitait en reprendre. Beaucoup de gens achètent des hectares de vigne, puis se rendent compte qu'ils ne savent pas quoi en faire.*» Orgâmic s'est néanmoins enrichi d'un hectare de syrah et de viognier en superbe état et d'un hectare et demi de grenache. Les 10 000 bouteilles de la première vendange sont devenues 25 000. Mais certaines réalités se sont violemment imposées, malgré «*le fantastique coup de chance de 2012 et ses magnifiques raisins*». Sylvain Lenoir reconnaît qu'il n'avait pas mesuré le poids du stock à porter, le niveau des charges, l'irrégularité des partenaires et la nécessité d'un réseau commercial plus efficace que celui des bonnes volontés, au-delà d'une production de 15 000 bouteilles. Résultat, un bon tiers des associés ont été remboursés de leur mise initiale... en vin. L'organisation bon enfant du départ est en plein chambardement et se professionnalise. Un conseil d'administration va être créé. De nouveaux investissements sont prévus pour se doter d'un groupe de froid. Le développement demande beaucoup, beaucoup de travail. Cet été, si vous apercevez une bouteille de Luberon sur l'étagère d'un caviste, donnez-lui sa chance ! ●

UNE RÉGION TRÈS JET-SET

Les artistes sont nombreux à être tombés sous le charme du Luberon. Ils sont parmi les premiers à avoir repéré ce coin de paradis sans en avoir fait une Côte d'Azur bis, dont beaucoup souhaitaient fuir les artifices. John Malkovich (photo) à Bonnieux, Patrick Bruel (photo) à l'Isle-sur-La-Sorgue, Ridley Scott à Oppède, Michel Leeb, Pierre Arditi... Ils apprécient les vins locaux. Le cinéaste Yves Rousset-Rouard, producteur d'*Emmanuelle* et des *Bronzés*, a été maire de Ménerbes pendant dix-neuf ans. Avec l'argent gagné dans le cinéma, il y a créé un domaine viticole sur 39 hectares, La Citadelle, considéré comme une référence. Son fils Alexis, qui l'a rejoint en 1995, a pris sa suite.

Plus d'infos sur www.lesechos.fr/we

Tous droits de reproduction réservés