

Terre de Vins

Terre de Vins

WWW.TERREDEVINS.COM

SUR LE DIVIN | BOURGOGNE



avec...

Louis-Fabrice Latour

Propos recueillis par Laurent Gotti et Rodolphe Wartel, photographies Serge Chapuis



Latour, un nom incontournable en Bourgogne et plus particulièrement à Beaune. Louis-Fabrice Latour incarne la 11^e génération à la tête de cette maison fondée en 1797. Une référence figurant sur le podium des grands noms du négoce bourguignon. Elle fait aussi partie du cercle restreint des Hénokiens, association internationale d'entreprises restées familiales après plus de 200 ans d'existence. Forte d'un domaine d'une cinquantaine d'hectares, propriétaire du château Corton-Grancey, elle produit 130 appellations, incarnant toute la diversité bourguignonne. Chambertin, romanée-saint-vivant, corton-charlemagne, corton,

chevalier-montrachet, etc., beaucoup des porte-drapeaux de la région figurent à la carte. Mais aussi toute une gamme de vins plus accessibles.

Sous l'impulsion de Louis, père de Louis-Fabrice, la maison a connu un développement spectaculaire s'appuyant sur son nom et sur un style. Son solide ancrage ne l'a pas empêché d'innover avec une implantation en Ardèche ou dans le Var. Louis-Fabrice, aux commandes depuis 1999, poursuit et amplifie le développement hors du cœur historique de la Bourgogne en se tournant vers le Beaujolais au sud et vers l'Yonne, au nord...



Tu représentes la onzième génération de la lignée à la tête de la maison. Ta destinée était toute tracée, semble-t-il. As-tu envisagé de ne pas succéder à ton père ?

Non. Cela s'est fait naturellement, mais j'ai longuement réfléchi. Le journalisme, la politique m'ont toujours intéressé. Être journaliste, pourquoi pas... J'ai fait les mêmes études que mon père, Science Po à Paris. La succession s'est faite en bonne intelligence.

Il y a une notion de responsabilité forte dans ce choix. Être la onzième génération d'une maison dont le nom résonne dans le monde du vin n'est pas si simple ?

Oui, la responsabilité est forte mais il ne faut pas oublier que mon père lui-même, à la fin des années 50, s'est posé des questions. Je trouve très sain de se poser la question de la succession à chaque génération. On ne peut pas rentrer dans cette profession sans avoir la vocation, le feu sacré.

Tu étais convaincu d'avoir ce « feu sacré » ?

Le vin, l'histoire, m'ont toujours intéressé. La qualité, l'export... toutes les facettes de cette profession m'intéressent. On va de la vigne à la main du client à Minneapolis ou à New York. Je n'ai jamais vu cette profession comme étant mono-tâche, mono-produit. C'est tout l'intérêt d'être à la fois propriétaire et négociant. Nous couvrons tout le spectre de cette profession.

Que retiens-tu de l'action de ton père ?

À la fin des années 50, la maison Latour était à 90 % domaine, avec une très bonne réputation, tout en restant un opérateur de taille modeste. Mon père a véritablement voulu développer la société, d'où l'idée de faire du négoce de manière plus intensive, d'acheter des blancs en moût. C'était une révolution à l'époque. Ensuite, il a décidé d'aller en Ardèche, dans le Var, tout en restant en mono-marque et sur un circuit de distribution CHR. Cela semble être une évidence maintenant, mais à l'époque ce n'était absolument pas le concept pour beaucoup de négoce français et bourguignons. Les entreprises étaient multimarques, multirégions. Multi-tout. Les maisons qui se sont finalement le plus développées ces 50 dernières années, à savoir Drouhin, Jadot, ont fait le pari de la qualité avec une seule marque.

L'Ardèche et ses vins de pays, c'est finalement le plus grand succès de ton père ?

À l'époque, fin des années 70, beaucoup disaient « *vous allez perdre votre âme* », etc. En réalité, l'Ardèche est un vin de qualité, sous un nom de cépage, dans le style des vins de la maison et vendu dans le réseau de la maison Latour. Nous achetons des raisins auprès de coopérateurs et nous les vinifions. C'est véritablement ce qui a fait notre force. Il n'y a pas à ma connaissance de contrat de plus de 40 ans de cette ampleur-là. Là-bas, nous avons apporté le chardonnay, une vinification à la bourguignonne, la marque et le réseau... Il faut vendre 2 millions de bouteilles d'Ardèche dans un réseau traditionnel : cavistes, restauration.

Quel sera ton plus grand succès ?

On me dit souvent : « *Pourquoi n'es-tu pas en Oregon, en Californie ?* » Moi, ce qui me passionne, c'est le bassin de la Grande Bourgogne. À l'heure de la globalisation, dire que ce qui m'intéresse est à 200 kilo-

mètres autour de Beaune ne fait pas toujours rêver, mais je crois qu'il y a plein de choses à faire. On s'est lancés dans une politique de reconquête de notre espace « Grande Bourgogne » : le Beaujolais, avec les Pierres-Dorées, Chitry, Irancy, Épineuil, l'Auxois. Et j'ai d'autres idées...

Tu t'inscris finalement dans la continuité ?

D'aucuns se sont construits en opposition avec leur père. Moi, pas du tout. J'ai la même formation intellectuelle. Il m'a laissé les rênes très jeune : j'avais 35 ans en 1999. Mon père m'a inculqué la « res publica ». Cette idée que l'on doit donner un tiers de son temps aux syndicats, au BIVB (NDLR : interprofession des vins de Bourgogne). Très jeune, j'ai pris comme lui la direction du syndicat du négoce. Cela a duré dix ans. Puis la Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France, à Paris.

La famille Latour est propriétaire de 50 hectares environ. Ce domaine ne représente qu'une petite partie des volumes produits. Comment maintenir les mêmes exigences de qualité en négoce et production directe ?

Le domaine, c'est 2 % du volume mais 15 % du chiffre d'affaires tout de même. Nous travaillons avec beaucoup de grands propriétaires sur la côte. On achète en raisin. Nous avons des équipes dédiées, des œnologues sur chaque site. Il y a aussi des vignes du domaine extraordinaires et d'autres moins bonnes. Nous avons la chance d'avoir un grand domaine, mais je ne fais pas de hiérarchie. On peut faire d'aussi grands vins de négoce que de propriété. Le Montrachet de la maison Latour, c'est tout de même un grand vin ! La marque et le

L'image d'inaccessibilité de la Bourgogne te préoccupe ?

En Bourgogne, une majorité des vins se situent autour de 10 euros. Il y a une Bourgogne très chère, un peu spéculative, mais cela reste une infime partie de la région. Notre rôle de négociant-éleveur c'est de dire : oui, la romanée-saint-vivant, le corton-charlemagne, c'est très cher mais nous produisons aussi du marsannay, du pouilly-fuissé, etc. Le rôle d'un négociant est d'expliquer que la Bourgogne n'est pas arrogante, qu'elle reste accessible. Le pouilly-fuissé est à 20-25 dollars aujourd'hui aux États-Unis. C'était le cas il y a vingt ans ! C'est le côté sympathique du négoce bourguignon : il s'intéresse à la diversité de l'offre bourguignonne.

As-tu songé à démissionner de tes fonctions de président du BIVB si le projet de Cités des vins avait été refusé par l'Assemblée générale de l'interprofession ?

Non. J'avais dit que je ne serais pas le Renzi de la Bourgogne. Pas sur un sujet comme ça. J'aurais été extrêmement déçu mais cela se serait fait sous une autre forme. On aurait rebondi d'une manière ou d'une autre. Il y a d'autres grands sujets. Notamment celui du rapprochement avec le Beaujolais, encore plus stratégique pour l'avenir de la région.

Précisément, dans le Beaujolais tu as investi dans les Pierres-Dorées, 20 hectares de vignes. Quel regard portes-tu sur ce vignoble en souffrance alors qu'on y produit tellement de vins magnifiques, injustement dépréciés ?

Nous avons beaucoup de choses en commun avec le Beaujolais. Il faut avoir des idées et un concept innovants, développer un négoce un peu à la bourguignonne. Sans donner de leçons, il

« Oregon ? Californie ? Moi, ce qui me passionne, c'est le bassin de la Grande Bourgogne »

style maison, c'est l'ADN de la société. Par contre, pour être un bon acheteur, un bon vinificateur, il faut avoir un domaine. On comprend le millésime, les terroirs. Le négoce pur sans ancrage viticole, c'est à mon avis un tort.

L'inflation des prix de la terre engendre de réels problèmes de succession. La Bourgogne, vignoble aux mains de nouveaux investisseurs, cela t'inquiète-t-il ?

C'est très bien que de nouveaux investisseurs arrivent. Ils ne vont pas partir avec la terre... S'ils viennent pour s'inscrire dans la durée et faire de bons vins, je dis welcome ! Les exploitants restent des gens qui ont des racines bourguignonnes. Seulement 1,3 % environ de la vigne change de mains par an. Ce qui m'inquiète plus, c'est l'explosion du prix du vignoble dans les grands crus et le décalage de ces prix par rapport à la rentabilité. Beaucoup d'opérateurs sont conduits à augmenter les prix des bouteilles. Cela donne une image d'une Bourgogne chère.

faut arriver avec des idées neuves. Aujourd'hui, il y a un manque d'opérateurs. Il faut de bons vins, des marques, des opérateurs plus diversifiés. Il faut une grande viticulture, avec des histoires à raconter. Planter un peu de chardonnay, du pinot, faire de l'œnotourisme ! Il n'y a pas grand-chose sur ce plan. Le rapprochement des interprofessions serait une excellente nouvelle pour créer de l'émulation. Cela passe par les hommes. Nous sommes assez critiqués sur notre aventure pinot noir dans le Beaujolais mais l'essentiel, c'est de faire des bons vins, et de les vendre.

Que boira-t-on le jour de tes obsèques ?

L'idée de boire jusqu'à plus soif le jour de mon enterrement ne correspond pas à mon éducation. Il faut une certaine retenue. Ce qui me ferait plaisir serait que les gens dégustent des vins auxquels j'ai participé, y compris des choses simples comme le pinot noir des Pierres-Dorées. Des vins qui correspondent à mon apport à titre personnel dans cet univers ■