

# Négociant ou vigneron ?



"Un négociant, c'est un vigneron qui a réussi", nous avait expliqué un jour, le plus sérieusement du monde, le chef d'une grande maison de Bourgogne. En Bourgogne et plus précisément en Côte-d'Or, la plupart des grandes entreprises se concentrant aujourd'hui à Beaune et Nuits-Saint-Georges, on ne parle pas de P-DG ou de directeur général, mais de "chef"... d'une "maison", de négoce-éleveur. Ces précisions sémantiques étant faites, qu'est-ce qu'une maison de négoce dans le monde très codifié des vins de Bourgogne ? Un négociant-éleveur bourguignon est d'abord un commerçant, présent depuis belle lurette (les premières maisons ont été créées au début du XVIIIe siècle) sur tous les marchés traditionnels et en permanence à l'affût de nouvelles opportunités. Dans chaque maison trône, parfois même dans le hall d'entrée, un vieux livre de comptes où l'on peut déchiffrer de très anciennes transactions à l'exportation avec des clients des Flandres voisines, d'[Angleterre](#), des Amériques lointaines et même de [Chine](#) dès 1870-1880.

Aujourd'hui, le négoce bourguignon commercialise environ les deux-tiers des vins de Bourgogne, pour l'essentiel à partir d'achats auprès des vignerons et des coopératives en raisins, en moûts (jus de raisin avant fermentation) et en vins finis. Mais il est aussi, et c'est sa grande spécificité, un "vigneron" important qui possède un peu moins de 10 % du vignoble bourguignon et qui est aujourd'hui un défenseur féroce de la notion de terroir. Notons au passage qu'il n'en a pas toujours été ainsi puisque le négoce a fait fortune au XIXe siècle sur le principe des "équivalences". En résumé, en l'absence de réglementation très claire, un vin d'un village (voire d'une provenance plus "exotique") pouvait être vendu sous le nom d'un autre village, pourvu que tout le monde y trouve son compte...

## Les pieds dans la terre

Toujours est-il que, 150 ans plus tard, "le négoce a les pieds dans la terre. Il entend dès qu'il le peut se constituer un vignoble de référence. Beaucoup de négociants se présentent comme des viticulteurs, se construisent une image de propriétaire terrien", explique Christophe Lucand, auteur d'un livre de référence sur le sujet\*. Pour qui connaît un peu la Bourgogne, cette logique terrienne ressemble même à une obsession pour beaucoup de négociants. Ils continuent d'acheter des vignes sans trop le faire savoir et construisent de monumentales

cuveries, leur objectif étant de vinifier eux-mêmes la plus grande partie de leurs achats en raisins et en moûts, de mieux contrôler la qualité de ce qu'ils vendent et de conforter ainsi leur image "terrienne".

Bref, même si le règne du "small is beautiful" est malheureusement souvent la règle dans le monde du vin, il n'empêche que les grandes maisons de négoce ont fait la Bourgogne en construisant des réseaux commerciaux mondiaux et elle reste plus que jamais un acteur économique, social et qualitatif incontournable. En effet, ne nous y trompons pas, les plus réputées d'entre elles (Bouchard Père et Fils, Bichot, Boisset, Drouhin, Faiveley, Jadot, Latour...) ont aujourd'hui les hommes, les vignes, les installations et surtout la volonté pour produire des vins capables de rivaliser avec ceux des meilleurs domaines bourguignons ; domaines qui parfois, "victimes" de leur succès commercial, deviennent eux-mêmes négociants pour satisfaire davantage de clients. "Un négociant, c'est un vigneron qui a réussi..."

### **Situation "à haut risque"**

Le négoce bourguignon est un colosse, prospère comme l'ensemble de la filière bourguignonne. Et pourtant, il doit faire face à de nouveaux défis, que Frédéric Drouhin, P-DG de la maison beaunoise, président de l'Union des maisons de Bourgogne depuis quelques semaines, résume très simplement : "Les dernières années de petites récoltes (2010 à 2013) nous conduisent à une crise des approvisionnements, alors que les marchés sont très demandeurs de vins de Bourgogne partout dans le monde. Cette pénurie risque de nous faire perdre des parts de marché et de nous marginaliser en raison des hausses de prix qui résultent de ce déséquilibre entre offre et demande." En clair, pas assez de vins, des prix à l'évidence trop élevés, la situation est à l'évidence "à haut risque". Signe quand même que tout le monde est confiant dans l'avenir : le nouveau président a évoqué un plan de développement à long terme qui passerait par 300 hectares environ (1 % de la surface actuelle de la Bourgogne) de nouvelles plantations par an. Il n'y a pas encore péril en la demeure...

\* *Les négociants en vins de Bourgogne*, éditions Féret.

### **Le négoce en chiffres :**

125 entreprises.

4 500 salariés.

2 500 hectares de vignes.

850 millions d'euros de chiffre d'affaires.

---

Nicolas OZANAM  
*Délégué Général*

### **Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux de France (FEVS)**

7, rue de Madrid 75008 PARIS

tél 01 45 22 75 73

Mel [ozanam@fevs.com](mailto:ozanam@fevs.com)