

**Vins.** Le champagne Barons de Rothschild s'installe avec discrétion dans le paysage champenois. Noblesse oblige.

# Barons de Rothschild : l'excellence est une question de temps

Dans la famille Rothschild, il y a la branche représentée par le baron Eric de Rothschild, celle représentée par le baron Benjamin de Rothschild et son épouse Ariane, celle représentée par Philippe Sereys de Rothschild. On sait qu'elles ont notamment en commun d'exceller dans le monde du vin, (châteaux Lafite, Clerc Milon, d'Armailhac, Duhart Milon, L'Évangile, Mouton Rothschild, Rieussec, Clarke, pour ne citer que les plus fameux, en France et dans le bordelais...). Leur indépendance les amène parfois à être concurrentes, mais pas plus que nécessaire et toujours avec un fair-play de bon aloi. Il est vrai que chez les Rothschild, on n'oublie jamais la devise familiale léguée par Mayer Amschel, fondateur de la dynastie, après son anoblissement en 1822 par l'empereur François 1<sup>er</sup> d'Autriche : « concordia, integritas, industria » - qu'il n'est guère indispensable de traduire.

## L'UNION FAMILIALE FAIT LA FORCE

Et voilà que ces trois branches françaises se lancent dans le champagne ! Drôle d'idée ? Peut-être pas. Le baron Philippe (décédé en 1988) n'était-il pas entré, après guerre, au capital de Ruinart, avant de se rapprocher de la Maison Henriot où il disposait d'une cuvée personnelle ?

Il faut attendre 2003 pour que le baron Benjamin (re)lance l'idée de s'intéresser au champagne. Mais les cépages, les crus, les villages, les millésimes... tout cela est plus compliqué que dans le bordelais. Et acheter un domaine n'est guère plus simple, surtout si l'on souhaite un champagne portant le nom de Rothschild. Or, il est une tradition qui veut que lorsqu'un membre envisage d'utiliser le patronyme familial, il doit en parler d'abord aux autres. Qui, finalement, ne se demandent pas si l'idée est « drôle », mais la trouvent excellente puisque dans le domaine du luxe, qui est son terrain de prédilection, la famille n'a pas de champagne. C'est donc l'occasion d'associer les forces respectives des branches

autour du nom de Rothschild. Et puisqu'il y a 3 barons, le champagne s'appellera naturellement Barons (avec un « s ») de Rothschild.

## ÊTRE DIFFÉRENT MAIS EN TOUTE MODESTIE ET HUMILITÉ

La feuille de route est vite établie : se montrer différent des autres. Le raisin noir est le plus simple à travailler ? Certes, mais le chardonnay répond davantage aux exigences maison. Donc, on « fera » surtout du chardonnay. Difficile de produire de gros volumes ? Pas de problème, Rothschild est d'abord synonyme de qualité. La qualité c'est aussi du temps - donc un investissement plus important ? C'est pour cela que l'on s'est associé. Les grandes Maisons construisent leurs nouvelles cuveries sur de vastes zones d'accès facile où il n'est pas besoin de creuser ?

Les Rothschild iront dans un village (Vertus en l'occurrence), parce que l'on est avec les vignerons et que l'on montre ce que l'on fait. Esprit de contradiction ? Que nenni ! Mais plutôt modestie et humilité. Ce qui consiste à demander d'abord conseil aux spécialistes, à procéder par empirisme et bon sens - mais attention, la décision finale est bien aux mains de la famille, toujours avec l'objectif de valoriser ce qui est réalisé.

## 500 000 BOUTEILLES EN PERSPECTIVE

À l'heure d'investir, les Rothschild sont allés voir les grandes Maisons - pas pour demander une quelconque autorisation, n'exagérons pas -, disons... pour expliquer leur démarche. Leur souhait d'une production raisonnable (500 000 bouteilles à terme) n'étant pas de nature inquiéter le négoce, l'accueil a été chaleureux ; puis, eux, les banquiers, ont sollicité le Crédit Agricole Nord-Est pour entrer au capital de leur Maison ; et lorsqu'ils se sont installés à Vertus, en établissant un partenariat original sinon pionnier la cave coopérative La Goutte d'Or, ils ont recruté une main d'œuvre locale.



Camille Lenoir. Puis ce fut l'acquisition de l'ancienne Maison Prieur, à Vertus, avec l'aménagement d'un outil de production conforme aux objectifs d'exigence et de qualité (cuverie, caves...). Début 2010, Frédéric Mairesse (ancien de chez Jaboulet et de chez Frey - château la Lagune - ancien champenois aussi...) a pris la direction de la Maison qui compte aujourd'hui une vingtaine de collaborateurs entre Reims et Vertus.

Sa mission ? Ne pas aller trop vite ! Le leitmotiv des Barons (et il est sans doute le seul directeur à travailler pour les trois en même temps) : « On a fait Lafite en 150 ans, on ne fera pas Barons de Rothschild en 4 ans. Prenez le temps de construire des fondations solides ». Que disait La Fontaine, déjà ? Patience et longueur de temps font mieux que force ni que rage. Même au XXI<sup>e</sup> siècle la maxime est plus que jamais d'actualité.

JACQUES RIVIÈRE

Frédéric Mairesse, directeur général du champagne Barons de Rothschild.

En se fondant ainsi dans le paysage champenois, les barons de Rothschild ont pu signer des contrats d'approvisionnement sur une base de 70 hectares, dont 80 % en premiers grands crus, avec 70 % de chardonnay et 30 % de pinot noir de la Montagne de Reims. Comme les vins de la Maison vieillissent 4 ans (pour le brut sans année), 5 ans (pour le blanc de blancs) et un peu plus pour les millésimes, le pinot meunier est quasiment absent des assemblages.

## « PRENDRE LE TEMPS DE CONSTRUIRE DES FONDATIONS SOLIDES »

En 2007, la Maison Barons de Rothschild s'est « posée » à Reims, à l'angle du boulevard Lundy et de la rue

## Élégance et finesse

Trois cuvées portent actuellement le style Barons de Rothschild. Le brut sans année (43 € la bouteille), le rosé et le blanc de blancs (59 € la bouteille). Le style Rothschild donc : des vins élégants, signés par la finesse du chardonnay, le moins dosé possible pour ne rien cacher.

Des vins vifs, qui vieillissent (donc, pas d'utilisation de bois dans la vinification) et tendent alors vers des notes grillées, briochées pour le blanc de blancs... Longueur en bouche, effet soyeux. Le positionnement est revendiqué haut de gamme, auprès des restaurateurs, des cavistes et... des entreprises.

Reste que les quelque 300 000 bouteilles actuellement commercialisées le sont à 80 % à l'export dans une soixantaine de pays. Et, là aussi, chaque branche de la famille joue la complémentarité en ouvrant les portes de ses revendeurs - et quand on sait que les Rothschild sont présents dans 191 pays...

