

ROSEBLOOD, LE NOUVEAU NOM DU VIN DE PROVENCE

LA MARQUE CRÉÉE EX NIHILO
PAR D'AMBITIEUX INVESTISSEURS
VEUT TROUVER SA PLACE
SUR LES TABLES DU MONDE ENTIER.
PAGE 30

Carla Bruni-Sarkozy
prête son image
à la marque Roseblood,
dont elle est actionnaire.

REGORY CRENSON/RTI SENGUPTA, SEBASTIEN VALENTE / CALDOSTUDIO, CHRISTOPHE RAYNAUD DE LAJE

L'ÉVÉNEMENT

ROSEBLOOD LA PROVENCE CONQUÉRANTE



LE TRIO COMPOSÉ
DE STÉPHANE COURBIT,
DU COUPLE BRUNI-
SARKOZY ET DE JEAN-
GUILLAUME PRATS VIENT
DE LANCER AU CHÂTEAU
D'ESTOUBLON UN VIN
ROSÉ AUX GRANDES
AMBITIONS.

STÉPHANE REYNAUD
sreynaud@lefigaro.fr
ENVOYE SPÉCIAL À FONTVIEILLE (BOUCHES-DU-RHÔNE)

Première question : dans le vignoble le plus dynamique du monde - la Provence -, y a-t-il encore de la place pour de nouveaux arrivants, de nouveaux

vins? Certains ont renoncé à entrer dans le jeu, considérant les prix du foncier trop élevés et la concurrence trop rude. Pourtant, il y a fort à penser que l'aventure vi-

ticole sudiste ne fait que commencer dans les trois appellations que sont les Côtes de Provence, les Coteaux Varois et les Coteaux d'Aix-en-Provence. Observons qu'en dehors des vigneronnes et de quelques investisseurs venus d'autres régions ou d'autres secteurs, seuls les grands groupes Moët Hennessy et, plus modérément, Pernod Ricard y ont investi. « Les autres géants du monde du vin - Constellation Brands, Diageo, Gallo, Treasury Wines Estates, Bacardi-Martini Limited et quelques autres... - sont encore absents », fait remarquer l'entrepreneur et propriétaire bordelais Jean-Guillaume Prats. En quinze ans, les cuvées locales sont passées du statut de « petit rosé » relégué aux terrains de pétanque et aux campings à une position de vin hautement désirable plébiscité par une population jeune et dans l'air du temps, partout dans le monde. Le raisin de Provence a la couleur de l'or.

C'est bien ce qu'a anticipé le trio d'entrepreneurs composé de Stéphane Courbit, l'associé majoritaire de la SAS Estoublon, du couple Bruni-Sarkozy et de Jean-Guillaume Prats. Leur société a racheté, en 2020, le château d'Estoublon - 19 hectares de vigne -, à Fontvieille (13), a noué en mars dernier un partenariat avec le château de Beaulieu, à Rognes (13), qui compte plus de 150 hectares de vigne, et a pris durant la même période une participation dans le domaine de Cantarelle et ses 145 hectares de vigne de Brue-Auriac (83).

Étiquette épurée

La partie hôtelière du château de Beaulieu, restauré pendant vingt ans par l'ancien propriétaire Pierre Guénant dans un style XVIII^e, prépare sa cure de jouvence. À Estoublon, le château, « disponible à la privatisation dans son ensemble », a rejoint le groupe Les Airelles. La propriété posée au pied des Alpilles et ses 120 hectares d'oliviers s'est aussi équipée d'un pressoir à huile high-tech et a revu sa gamme.

Du point de vue du vin, en un temps record, le trio a déjà mis en musique son projet. Baptisé Roseblood, il est

destiné à concurrencer, à terme, les Miraval, Minuty, Whispering Angels, Ott et autres cuvées stars de la Provence, déjà solidement implantées sur le marché. La méthode choisie semble efficace. Il y a déjà le nom, Roseblood, « disruptif et facilement mémorisable », selon Jean-Guillaume Prats, deux syllabes mystérieuses et poétiques, associées à une étiquette épurée où on trouve un serpent, défenseur du jardin d'Éden, mordant un bouton de rose. Une promesse de plaisir. Carla Bruni-Sarkozy elle-même incarne ce vin (*lire ci-dessous*).

Deux cuvées distinctes

« Nous avons passé beaucoup de temps à définir le vin que nous souhaitons faire », explique Jean-Guillaume Prats. Roseblood se décline en rosé et en blanc et en deux cuvées distinctes : Roseblood et 1489. Un choix qui permet de satisfaire la demande de rosé, durablement à la hausse au niveau mondial et en particulier aux États-Unis, sans oublier celle de blanc, elle aussi en pleine ascension. La robe pâle, le nez d'abricot et la belle acidité du rosé - assemblage de grenache, syrah et tibouren - en font un vin dans l'air du temps. Le style du blanc, avec des arômes de fruits de la passion, joue aussi la carte de la fraîcheur.

Avec les trois domaines Estoublon, château Beaulieu et Cantarelle, Roseblood dispose d'une réserve de plus de 300 hectares de vigne. La maîtrise des approvisionnements est garantie en interne, puisque, dans un premier temps, l'objectif est d'osciller autour de 1 million de bouteilles. Si Roseblood se développe comme escompté par ses propriétaires, il faudra acheter du raisin ailleurs. Il s'agira alors de nouer les meilleures relations possibles avec les différents producteurs locaux et les coopératives. Les exemples existants, notamment champenois, ou étrangers, comme Concha y Toro, au Chili, font la preuve qu'une marque disposant en propre de 20 % du raisin nécessaire à la production de son vin peut en maîtriser le style.

Il semble que Roseblood ait un modé-

le : le vin néo-zélandais Cloudy Bay. Créé en 1985 à Marlborough, ce sauvignon blanc, dont 4 millions de bouteilles sont aujourd'hui produites chaque année, a su conquérir le monde. Notons que Jean-Guillaume Prats dirigea pendant plusieurs années cette marque de Moët Hennessy et que Victor Joyeux, le nouveau directeur technique de Roseblood, est arrivé il y a deux mois de Nouvelle-Zélande, où il officiait à Cloudy Bay, justement. Parmi les membres de l'équipe, on retrouve, au poste de directeur général du château d'Estoublon et de Villa Baulieu, Thomas Coillot, qui s'occupa un temps de la gestion du domaine Ao Yun, un des vignobles chinois de Moët Hennessy. Michel Fabre conserve la direction technique de Château Beaulieu.

Reste à distribuer cette nouvelle cuvée déjà bien en place dans les restaurants courus du groupe Paris Society - Coco, la maison russe... - ou du groupe Moma, comme Lapérouse ou Gigi. Une façon d'accélérer la notoriété de la marque. On le retrouve aussi l'été sur les plages de Saint-Tropez et des Baléares et l'hiver à la montagne, dans les établissements comme La Folie Douce de Méribel. Roseblood est présent sur une trentaine de marchés et vise une forte montée en régime aux États-Unis. Le nouveau-né est déjà omniprésent. ■