Jacques De Schepper

Belgian Wine Personality of the Year 2015

Interview de Bernard Sirot

Belgian Wine Personality of the Year

Jacques De Schepper, créateur du Château La Croizille à Saint-Emilion ('Best of Wine Tourism 2015'), est un des fleurons du négoce du vin en Belgique. Il vient d'être élu Belgian Wine Personality of the Year.

Vino: Félicitations Jacques De Schepper. Que signifie ce trophée pour un homme qui passe autant de temps à Bordeaux qu'à Gand?

De Schepper: «Disons qu'il y a plus de quarante ans, mon frère et moi sommes rentrés dans l'affaire familiale créée par mes parents. Tous les deux nous avons fait évoluer l'entreprise du monde des spiritueux vers le monde du vin. J'en profite pour souligner l'esprit visionnaire de notre père, qui dès 1950, acheta un premier domaine à Saint-Emilion, le château Tour Baladoz et en 1964 le château Haut Breton Larigaudière à Margaux. Les vacances passées jadis dans nos domaines ont certainement contribué à établir notre conviction que c'était dans les domaines vinicoles que nous pouvions prospérer. Cette idée ne m'a d'ailleurs plus quitté. Après il y eu Napa et la Demour Winery. Une aventure passionnante qui dura 7 ans, de 1983 à 1990. Sans le décès inopiné de mon frère en 1987, je crois qu'aujourd'hui nous serions toujours propriétaires en Californie. Cet abandon fut l'occasion pour moi d'étendre notre présence dans le Bordelais qui totalise actuellement 5 châteaux. Je reçois le trophée avec une joie immense et une éternelle reconnaissance pour tous les hommes et les femmes qui m'ont accompagné depuis l'origine.»

Un homme seul n'est pas grand chose. Qui contribue à votre succès?

JDS: «La valeur d'une entreprise est directement liée à la valeur de ses collaborateurs. Il y a naturellement les membres de ma famille qui déterminent avec moi la stratégie globale et qui sont à différents stades actifs dans nos sociétés. En 2012, ma fille Hélène a pris la décision de venir s'établir à Bordeaux. Une excellente initiative que son père ne pouvait qu'applaudir. J'ai également la chance d'avoir pu m'entourer d'hommes et de femmes très passionnés, professionnels et performants. Il y eu par exemple Roland Blancquaert qui, après le décès de mon frère avait repris la direction commerciale jusqu'en 2011. Depuis, c'est mon neveu Olivier qui parcourt le monde entier pour vendre nos grands vins. A Bordeaux, depuis 1992, notre directeur général, Jean-Michel Garcion est responsable des 5 châteaux et a fortement contribué à l'essor de notre section viticole. Suit ensuite toute une équipe. Tous n'ont qu'un seul but : que nos vins soient plus qu'une promesse de qualité, qu'ils soient synonymes d'excellence!»

Le Château La Croizille est un pari audacieux. Sujet de controverse à St-Emilion il bénéficie d'une architecture non conventionnelle. Si vous pouviez recommencer l'auriez-vous envisagé tel quel?

JDS: «Pour le nouveau chai du château La Croizille, nous avons voulu allier savoir-faire traditionnel et modernité. Tant son architecture à flanc de coteaux que sa couleur audacieuse ont provoqué pas mal de réaction. Tous les visiteurs, une fois la porte franchie, sont enchantés. Eblouis par la force qui s'en échappe et son intégration dans le paysage. Source de rêveries, aérienne tel un trait d'union entre le talus et la colline, la salle de dégustation imaginée comme un promontoire offre une vision périphérique sur le paysage. Deux ans après sa finition, je suis persuadé que nous avons eu raison de suivre notre démarche. Le résultat est un superbe bâtiment et un formidable outil technologique qui se prête naturellement à l'oenotourisme.»

Pourquoi cette couleur orange, voyante, qui tranche dans le décor?

JDS: «La couleur orange a une valeur sentimentale et symbolique. L'orange nous porte chance car un des produits à la base de l'extraordinaire expansion de notre société belge a une étiquette où la couleur orange prédomine et cela depuis 60 ans ! Je cite notre apéritif Godelieve (depuis 2015 Godelina). L'orange est également une couleur présente dans la nature. C'est une tonalité chaude que revêt le vignoble en automne. La touche orange est également présente dans l'étiquette du Château La Croizille et son papier d'emballage»

La famille De Schepper a beaucoup investi dans le vignoble bordelais. Est-il facile de rentabiliser ces investissements?

JDS: «Sur ce sujet, je suis nuancé. Tous les investissements du départ (c'est-à-dire à l'achat) se sont, au fil des années, rentabilisés de façon exponentielle. En ce qui concerne les investissements récents, la rentabilité ne viendra qu'à beaucoup plus long terme. Ainsi, le nouveau chai à La Croizille ne sera rentable qu'au bout de dizaines d'années. Ce qui m'amène parfois à dire, que je travaille pour les générations futures.»

Que faut-il pour générer un succès dans le vignoble ? De la passion, une vision stratégique, de la patience ou simplement beaucoup de moyens financiers?

JDS: «Un grand vin est un produit de culture autant que de nature et procède d'une combinaison complexe de facteurs naturels et humains, de savoir-faire technique, financier, commercial et de temps. Il faut des dizaines d'années d'efforts, de défis surmontés, d'intérêts et de soins continus pour créer un véritable grand vin. Un vin qui soit apprécié d'un marché qui en reconnaît sa singularité et sa valeur. Le vin n'est pas un fait, mais une histoire. Ajoutons à cela, que dans les grandes appellations bordelaises, il faut quand même une sérieuse assise financière.»

Vous n'hésitez pas à vous qualifier parfois d'"homme de chiffres" alors que votre frère Firmin, était surtout "l'homme du vin". A-t-il été remplacé à vos côtés?

JDS: «Lorsque vous êtes deux frères qui pendant des années gèrent une entreprise en parfaite harmonie, il est difficile de parler d'un "remplaçant". En 1992, 5 années après la disparition de mon frère, lorsque j'ai engagé Jean-Michel Garcion je ne savais pas que j'avais déniché l'oiseau rare. Très vite, il apparut que c'était « the right man on the right place ». Son expertise et ses connaissances, qu'elles soient viticoles, techniques ou commerciales ont fortement contribué à hisser les propriétés familiales au top. En Belgique également, notre comité de dégustation autour d'Olivier est constitué de professionnels passionnés du vin.»

Château La Croizille, couronné "Best of Wine Tourism 2015", est une propriété que vous avez achetée "sans château". Cette absence diminue-t-elle la chance de devenir un jour Grand Cru Classé ?

JDS: «Ah, ce célèbre classement... Château La Croizille s'était porté candidat en 2011 pour devenir GCC mais notre dossier avait été refusé car la vinification se faisait sur notre propriété voisine, le Château Tour Baladoz. Comme vous le savez, la propriété a maintenant son propre chai. Mais le vin ne se fait pas au chai mais à la vigne! Notre travail se concentre dans un premier temps à la connaissance de nos terroirs. Ce sont des sols merveilleux, complexes et fascinants, qui confèrent à nos raisins leur grande qualité. Même si le merlot se veut prédominant sur nos sols argilo-calcaires, nous ne négligeons pas les cabernets, essentiels, à notre avis pour l'équilibre de nos vins et leur puissance aromatique, à leur longueur et à leur longévité. Dans nos vins, nous croquons tout d'abord le raisin et leur formidable minéralité calcaire. Pas forcément des vins techniques surmaturés ni stéréotypés mais des vins authentiques et de terroir. Notre vignoble est aujourd'hui un grand jardin parfaitement entretenu où chacun des ceps a son importance et où la qualité de chacun des raisins est rigoureusement sélectionnée. Le travail au chai ne devient alors qu'un accompagnement. La rigueur à chacune des étapes de l'élaboration de nos vins est la ligne de conduite qui guide chacune de nos actions. C'est pourquoi notre prétention à devenir « classé » nous apparaît tout à fait légitime. Il est, par ailleurs inexact de dire que la propriété n'a pas de "château ". A coté du nouveau chai il nous reste les vieilles bâtisses de La Croizille qui un jour seront rénovées.»

Rabotvins/De Mour, votre société de négoce, a très rapidement développé le marché asiatique. L'avenir commercial des vins de Bordeaux se situe-t-il dans cette région émergente plutôt que sur les marchés traditionnels?

JDS: «Les statistiques le prouvent, les marchés traditionnels sont devenus très matures et les chiffres démographiques ne permettent plus d'espérer de fortes croissances. Par contre, les marchés asiatiques sont en pleine effervescence et c'est là que se trouvent les nouveaux consommateurs pour nos vins de Bordeaux. Mais comme tous les acteurs importants de Bordeaux y sont présents, s'y implanter demande une présence fréquente et des efforts soutenus afin de se positionner durablement. N'oublions pas que les Chinois sont des commerçants nés ! Ce qui ne nous empêche pas de doubler, les dernières années, nos efforts commerciaux sur les marchés traditionnels afin d'asseoir d'avantage notre présence. Ce serait une grosse erreur de négliger nos relations de longue date.»

Comment envisagez-vous votre essor économique ?

JDS: «Notre priorité est de rentabiliser nos derniers investissements et d'accroître notre renommée. D'où l'importance du travail effectué par ma fille Hélène. Notamment dans le secteur de l'oenotourisme et de continuer inlassablement à trouver des partenaires dans le monde entier pour distribuer nos vins.»