

SUPPLÉMENT AU JOURNAL DU DIMANCHE N° 3595 DU 06 DÉCEMBRE 2015  
Ne peut être vendu séparément

Spécial  
VIN

CADEAUX  
200 idées  
pour Noël

**BERNARD MAGREZ**  
**HERVÉ BIZEUL**

*DEUX MONDES  
ET DES VINS*

**bettane+desseauve**

# CONVERSATION

## BERNARD MAGREZ ET HERVÉ BIZEUL

# DEUX HOMMES, DEUX REGARDS

Propos recueillis par Jean-Luc Barde

**U**ne traversée lucide, sans concession, de l'état du vignoble et du métier de vigneron, des réponses proposées par deux acteurs internationaux du vignoble français, un tracé de l'avenir. Deux grands, une rencontre d'exception.

**JDD : Ni l'un ni l'autre n'êtes nés vignerons, comment le vin arrive-t-il dans votre vie ?**

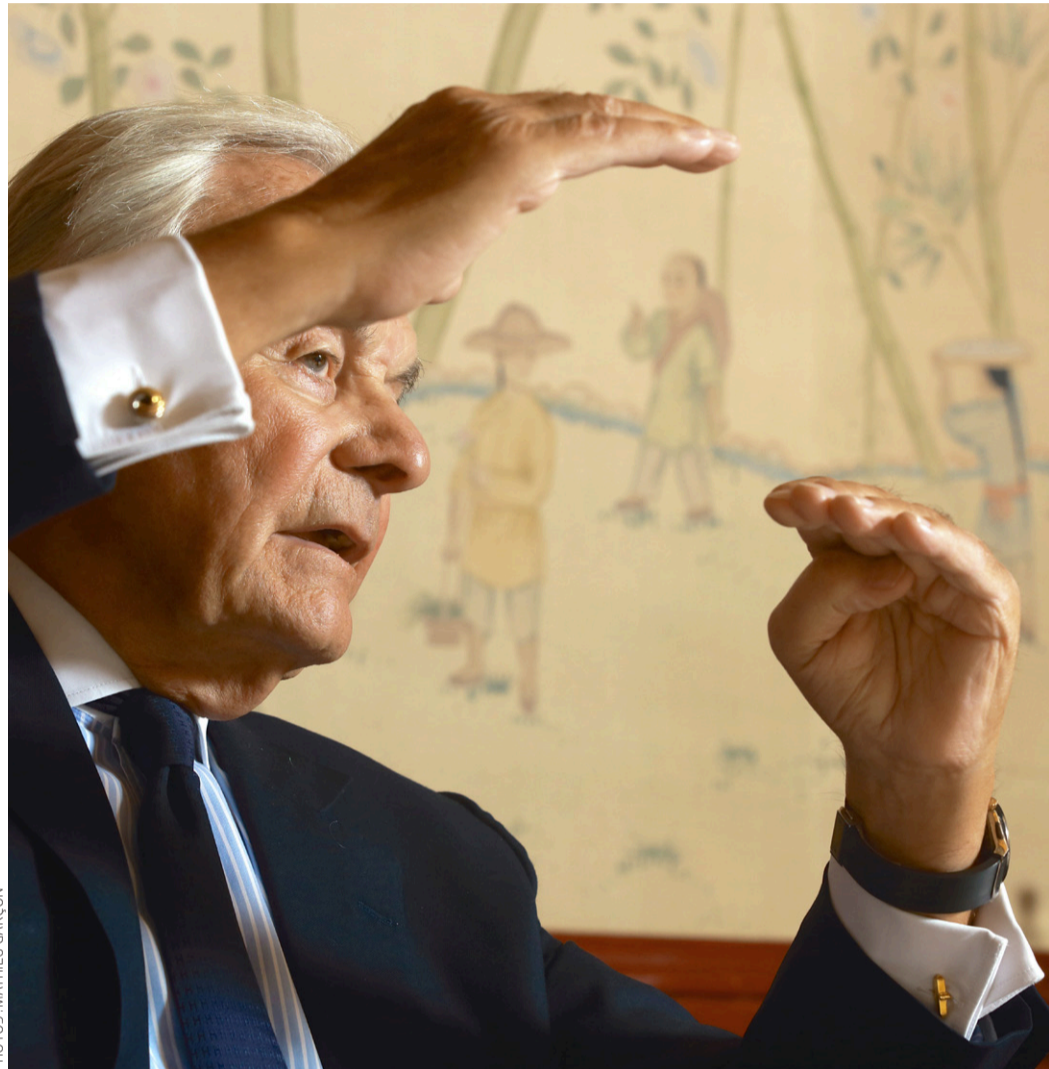
**Bernard Magrez :** À 13 ans, j'ai commencé par un CAP de scieur de bois à Luchon dans le même centre d'apprentissage que François Pinault. À 17 ans, j'ai dû travailler. À 19 ans, je suis rentré dans une maison de vin à Bordeaux, chez Cordier. C'était une forme de protection de Monsieur Cordier, le mari de la sœur de ma mère. Après un an et demi de chai, je suis monté dans les bureaux où mon caractère pas facile m'a désigné comme contrôleur de gestion dans cette entreprise qui vivait sur un très grand pied. On y menait un combat contre les frais généraux. Un jour, j'ai poussé le bouchon un peu trop loin en considérant que les autoradios des deux directeurs généraux étaient des avantages immérités. Je les ai dévissés, suis allé les

vendre à des types qui traînaient à la gare et j'ai ramené l'argent à Monsieur Cordier qui m'a dit : « C'est bien. » Les deux directeurs, qui étaient des gens de grande qualité, sont venus dire au patron : « C'est nous ou c'est Magrez. » On m'a donc « libéré ». En 1962, le patron du CCF me propose d'acheter l'activité de l'un ses clients qui importait du porto en barriques, le mettait en bouteilles, le vendait dans la restauration à Bordeaux et en Bretagne. J'avais 21 ans, pas un sou, mais le banquier qui m'appréciait m'en a prêté. J'ai appelé ça Porto Pitters. Ma chance fut l'ouverture des hypermarchés, en 1963-64. Je leur vendais la production et gagnait bien ma vie. Après j'ai monté une affaire de whisky, et William Peel est encore la première marque de scotch en France. Je l'ai vendue, ainsi que Sidi-Brahim et Malesan également leaders du marché. Avec cet argent je me suis mis à acheter des petits châteaux, dont un dans le Douro, pour le cœur, par fidélité à ce vin qui a servi ma vie, puis des crus classés.

**Hervé Bizeul :** J'ai arrêté l'école à 15 ans. Pour me bouger j'ai besoin d'imaginer une fin, je ne suis pas dans les moyens et à l'école aucune fin ne m'excitait. Au désespoir de ma mère, je suis parti à Aix-en-Provence, garçon de café sur le Cours Mirabeau, dans un bar pourri tenu par un bossu, 54 heures par semaine. J'aime travailler, je ne comprends pas trop à quoi servent les vacances, si ce n'est à imaginer de nouvelles créations, à avoir de nouvelles idées pour travailler davantage. J'ai perçu que mon avenir là-bas était bouché, j'ai préparé le concours à l'école hôtelière que j'ai réussi. J'ai passé le concours de meilleur maître d'hôtel trancheur que j'ai gagné en 1979. On découpait le saumon, les volailles, les fruits, on flambait devant le client. La nouvelle cuisine est passée par là, Gault et Millau, le service à l'assiette, et les gestes appris ont disparu des salles. Je suis un homme de service, j'y trouve une grande satisfaction, je n'y vois rien de honteux, au contraire donner du plaisir aux gens, m'occuper d'eux me comble. Ensuite je gagne le trophée Ruinart du Meilleur jeune sommelier de France en 1981, assorti d'un voyage aux Etats-Unis, invité par l'importateur pour faire la promotion de la marque. Je débarque à Los Angeles, limousine de six

**Bernard Magrez** est né le 23 mars 1936 à Caudéran (33). CAP de scieur de bois. Successivement patron de William Pitters, Malesan. Propriétaire de quatre grands crus classés en Bordelais. Développe des actions de mécénat avec l'Institut culturel Bernard Magrez. Créé en 2015 avec Joël Robuchon *La Grande Maison* à Bordeaux.

**Hervé Bizeul** est né le 19 décembre 1959 à Perpignan (66). Ecole hôtelière de Nice, meilleur jeune sommelier de France 1981. Ouvre à Paris le bar à vin le Gourmet's, journaliste du vin, vigneron au Clos des Fées à Vingrau, en Roussillon. Agite et nourrit le débat vigneron sur son blog : [www.closdesfees.com/blogs](http://www.closdesfees.com/blogs)



PHOTOS : MATHIEU GARCÓN

« IL FAUT  
UNE RÉPONSE  
FORTE POUR  
CONTRER CEUX  
QUI COPIENT  
LE MODÈLE  
DE BORDEAUX »

Bernard Magrez

mètres de long avec une blonde qui ressemblait à Farrah Fawcett, suite dans un hôtel luxueux, cocktail de 500 personnes, un truc inimaginable. « Farrah Fawcett » m'accompagne dix jours de San Francisco à New-York. Au retour, j'ai le pied à l'étrier, auréolé de ce titre qui avait grande valeur. À l'époque, dans les propriétés, on buvait le vin dans des verres à pastis, le verre INAO apparaissait à peine. Je crée un bar à vins place Dauphine, le Gourmet's, où le tout Paris se presse ; cinq années formidables. Caroline Tisné, grande journaliste, me propose d'écrire, exercice que j'ignore totalement. Je vais voir Nicolas de Rabaudy, critique gastronomique, qui me dit : « C'est très simple. Tu trouves un bon sujet, tu trouves un angle, tu l'écris et, si c'est bien, tu seras publié. » Ah bon ? Je m'y mets et découvre que l'avenir est dans l'information sur le vin. Parce que ça n'existait pas et me manquait en tant que journaliste, j'ai l'idée d'un annuaire complet qui regroupe tous les vignerons de France, c'est Grappes, avec 25 000 noms de vignerons, de négociants, de fournisseurs de la filière. Je vends 40 % de l'entreprise à la Générale des Eaux qui m'implique dans La Cité mondiale du vin à Bordeaux. Elle dépose le bilan 3 ans plus tard, retour à Paris où Jean-Pierre Coffe me fait bosser à Canal Plus. Malgré tout, je ressens que ma vie n'est pas encore là ; je quitte tout pour une existence de décroissance et m'installe à Vingrau près de Perpignan pour faire du vin. Je voulais traverser le miroir, je sentais qu'un truc m'échappait. Pourquoi des gens qui ne « travaillaient » pas faisaient du bon vin, pourquoi ceux qui s'échinaient faisaient des vins mauvais, pourquoi ceux qui avaient tant d'argent rataient leur pinard, pourquoi certains aux caves misérables produisaient des vins émouvants ?

**JDD : On vous cachait quelque chose ?**

**H. B. :** En effet. Je ne sais pas où commence le mensonge par omission, où commence le mensonge par ignorance. Certains vigneron ne disaient pas tout ou ne savaient pas ce qu'ils faisaient. Pour faire du vin, il faut une forme d'intelligence en arborescence qui permet de balayer un grand nombre de métiers. Je suis sûr que lorsque Bernard Magrez va visiter une propriété, il voit très vite ce qui ne marche pas, ce qui convient et ce qu'il faudrait faire. Ça couvre l'état du vignoble, la propreté des toilettes, le vigneron qui fait tout capoter, les problèmes d'étiquetage, de marketing, de communication, le terroir. Cette fulgurance de l'intelligence en grappe, en arborescence, c'est la clef.

**JDD : Roland Barthes dans sa leçon inaugurale au Collège de France évoque « le milieu du chemin de la vie. » En observant vos parcours, on a le sentiment que vous avez croisé ce moment.**

**H. B. :** Je conseille vivement d'écouter cette conférence de Roland Barthes où il décrit l'homme prenant conscience qu'il est mortel, à la suite d'un drame personnel, d'un saisissement existentiel, et s'aperçoit que le temps lui est compté et doit aller à l'essentiel qui le fonde. Je la rapproche de la sagesse indienne qui dit que l'homme a deux vies, la seconde commence quand il se rend compte qu'il n'en a qu'une. Oui, j'ai vécu un milieu du chemin de la vie, une acceptation de ce que je suis, une forme de lâcher prise.

**B. M. :** J'ai compris vers l'âge de 35 ans que nous sommes des êtres de finitude. Peu importe ce qui arrive après la mort, quoique chrétien je ne suis pas inscrit dans le dogme, ça n'est pas mon moteur. Ce qui m'a fait changer, c'est un pur moment de clairvoyance, une espèce de vision économique élémentaire venue du constat qu'avec Feels Pitters, Malesan, je n'avais pas les moyens de devenir international. Une entreprise d'un certain niveau qui n'a pas cette dimension est d'une fragilité colossale. J'ai donc regardé autour de moi pour constater qu'à Bordeaux les produits à vocation internationale sont les grands crus. Ils bénéficient d'un appui extraordinaire, le service commercial est gratuit, il suffit de travailler avec les négociants, de réaliser avec eux des partenariats actifs. La « Place » est dans ces conditions un accélérateur considérable. J'ai donc acheté la Tour-Carnet en 2000 avec 100 % de crédit, Fombrauge avec 90 % de crédit et pour Pape-Clément, j'ai acheté 3,4 % en 1970 et peu à peu les parts de gens solides qui possédaient 40 %, 50 % du capital à un moment où on ne tirait pas grand chose de Pape-Clément. Sur la base de choix économiques plus ou moins bons, j'ai acheté aussi en Languedoc, en Espagne, en Roussillon et ailleurs.

**JDD : Pour quelle raison ?**

**B. M. :** Les amateurs de vins recherchent des découvertes. Par conséquent sous la signature Magrez, il fallait une gamme diversifiée sous le sceau de la qualité.

**JDD : Quelle est votre stratégie aujourd'hui ?**

**B. M. :** Acheter un cinquième, un sixième cru classé. Ça n'est pas forcément agréable à entendre, mais il y aura beaucoup de grands crus classés à vendre pour des raisons plus graves que les changements générationnels. Il y a actuellement quatre ou cinq entités économiques installées en Espagne, en Italie, au Chili, en Argentine, en Afrique du Sud, qui sont les meilleures du mass-market dans leur pays sur des vins à 4, 5, 6 euros. Ils ont des hauts de bilan confortables, ont aussi compris que le delta de désirabilité s'amenuise entre leur produit de haut de gamme et Bordeaux qui, certes, profite d'un passé prestigieux avec les crus classés,



mais souffre du « bordeaux bashing ». Il faut donc une réponse forte pour contrer ceux qui copient le modèle de Bordeaux. Je veux faire partie de ceux dont les bordeaux sont respectés en apportant une synergie concurrente. La stratégie économique que je mène serait impossible à mener avec un seul château. Actuellement, les profits de nos quarante et un vignobles sont au service du contenu d'image de cette signature Magrez, sécurité qualitative et garant statufiant.

**H. B. :** Je vois le monde globalisé, un village mondial. Il y a une place pour des petites communautés d'amateurs qui n'ont plus aucun lien avec les frontières. Ces 30 000 personnes bougent, je les ai vues en France, retrouvées à Hong-Kong, puis à Singapour. Ils boivent mon vin et sont heureux de participer à mon aventure. C'est une nouvelle grille de travail pour moi qui n'ai jamais eu les moyens historiques de Bordeaux et n'ai pas le pouvoir du négoce. Je suis un enfant d'Internet. Sans ce procédé, Le Clos des Fées en serait resté à quatre barriques dans mon garage. Internet me permet de réaliser mon rêve de bousculer toutes les hiérarchies, les habitudes, les circuits de distribution, la tradition commerciale et, par mon site sur mobile en onze langues, me permet de toucher un Chinois, un Coréen, un Japonais. Internet supprime les huit ou neuf niveaux d'intermédiaires habituels qui empêchent de porter le message au consommateur final. C'est la nouvelle voie, celle qui a remplacé la gabare sur les fleuves, le chariot vers la Hollande, les bateaux vers le nord. Aujourd'hui, le nouveau fleuve de commerce et de communication, c'est Internet.

**JDD : Vous parlez de réaliser votre rêve, quel est-il ?**

**H. B. :** Être un vigneron désiré. Je ne suis pas un compétiteur, je suis un performeur. Ce qui m'importe c'est d'être meilleur aujourd'hui que je ne l'étais hier. Je suis en concurrence avec moi-même. J'essaie de constituer une petite communauté avec mes proches collaborateurs que j'estime, des clients qui sont heureux d'être à mes côtés et dont la vie m'importe. La clef, bien sûr, c'est de vendre son vin. Les purs esprits qui disent « je suis un artiste » sont dans une

« IL Y A UNE PLACE POUR DES PETITES COMMUNAUTÉS D'AMATEURS QUI N'ONT PLUS AUCUN LIEN AVEC LES FRONTIÈRES »

Hervé Bizeul

posture mensongère. Si demain je rate un millésime, tout est fini, je n'ai pas de haut de bilan suffisant pour assumer des petits millésimes, c'est pourquoi je suis en Roussillon. Mon succès vient de la capacité de mon terroir, de mon vignoble, de mon climat, à faire des grands vins chaque année.

**JDD : Dans Querelle des anciens et des modernes sur les facteurs de la qualité du vin, ouvrage du grand géographe Roger Dion publié en 1952 que vous avez réédité, il y a le constat suivant : les investissements améliorent la qualité des vins. Pas de grand vin sans argent ?**

**H. B. :** Oui, sans argent, c'est impossible. Il en faut, mais pas trop, sinon on risque de perdre le contrôle, c'est le cas de Bordeaux qui a perdu la notion de rentabilité. On pense qu'on peut vendre des vins à n'importe quel prix et donc dépenser n'importe quelle somme d'argent pour les produire, c'est faux. Mises bout à bout, les dépenses de chai, de tri à la main, le nombre de personnes autour d'un vin, les salaires parfois hallucinants des maîtres de chai conduisent à produire des vins trop chers. Si en plus la qualité du millésime n'est pas au rendez-vous, on a un effet ciseau qui complique le problème.

**B. M. :** Les raisons de fond sont encore plus graves. À Bordeaux, on investit parce que le voisin l'a fait, on réagit dans une logique anti-économique parce que beaucoup de propriétaires, pas tous, ignorent ce qui se fait jusqu'au consommateur, méconnaissent le milieu concurrentiel que j'ai décrit. À Bordeaux, nombre de propriétaires sont atteints de myopie économique. On a fait trois voyages avec l'Union des grands crus classés, écouté un importateur qui, parce qu'il est invité, dit ce qui fait plaisir aux propriétaires. On peut croire aux études de marché, mais on n'est pas obligé. Il y a actuellement une évolution qui est telle que certains investissements réalisés en méconnaissance de cette réalité alourdissent le prix de revient et le consommateur est moins intéressé qu'il y a 30 ans, quand Bordeaux et ses grandes familles étaient presque seuls. Quand les chais seront remplis, que l'on sera obligé de « warranter »

pour aller chercher de la trésorerie en mettant en garantie son vin, cette myopie s'atténuera.

## JDD : Quelles conséquences cela a-t-il pour le consommateur ?

**H. B. :** Ce surinvestissement a un premier effet sur le goût du vin, sur l'image de celui qui fait le vin. Deuxièmement, il produit des vins de luxe chaque année. Ce qui me manque en tant que buveur de vin, ce sont les petits millésimes, ceux qui nous permettaient de faire de bonnes affaires, d'accéder enfin à des marques prestigieuses, ces petits millésimes qu'on savait un peu moins concentrés, un peu moins noirs, un peu moins tanniques, mais qu'on pouvait boire deux ans après, en rêvant sur l'étiquette.

## JDD : Pourquoi cette réédition de la Querelle des anciens et des modernes... ?

**H. B. :** Mon combat c'est de remettre en marche en France le fameux ascenseur républicain. Il y a des gens qui font du vin, d'autres ne sont pas nés qui en feront. Il y a des terroirs qui attendent qu'on y crée de nouveaux grands vins. Je trouve terrifiant de vivre dans un système de caste à l'indienne qui dit « si tu nais à Chambertin, fais du chambertin, si tu nais à Pauillac, fais du pauillac. » Il n'y a pas de nouveaux grands terroirs en France, croit-on ? L'histoire du vignoble français et Dion disent le contraire. Un grand terroir, c'est la mise en résonance d'un grand homme avec une grande géologie, avec un grand moment de la société, un moment culturel. On peut avoir des espérances légitimes et forcer le destin, par exemple en Roussillon, sur cette terre de découverte et d'expérience où je me sens libre. Je rappelle que cent nouveaux grands crus ont été créés aux États-Unis.

**B. M. :** L'exemple américain est parfaitement vérifié et, plus que jamais, le désir de découvrir fait que l'expérience que vous appelez de vos vœux est gagnante. Chez Magrez nous jouons cette carte en Haut-Médoc, sur des parcelles de moins d'un hectare, idéalement situées et plantées de vignes en bonne adéquation avec le sol. Je suis obnubilé par un vin américain d'une qualité exceptionnelle dont la réussite est exemplaire, la gestion économique hors du commun, c'est Opus One. Avec notre Magrez-Tivoli nous voudrions être le "Clos des Fées" de Bordeaux, aussi élégant que Latour, mais à Saint-Seurin-de-Cadourne.

**H. B. :** Une manière de créer un nouveau grand cru à Bordeaux.

**B. M. :** À Carcassonne, nous avons un vignoble de quarante-cinq hectares que nous avons réduits à six, pour en faire le top du top. Nous agissons ainsi parce que la sommellerie mondiale préfère pousser le Languedoc plutôt que Bordeaux. Il se prépare à Bordeaux depuis huit mois des actions menées par des gens clairvoyants et puissants qui s'élèvent contre le « bordeaux-bashing », un phénomène en évolution depuis dix ans face auquel une réaction s'impose.

## JDD : Quelles sont les attentes des consommateurs ?

**H. B. :** L'amateur veut boire des vins qui ont du sens et entretenir un lien avec les propriétés. Le succès de mon entreprise, Dion le prouve dans son texte, vient du fait que je sais répondre aux deux questions. Qualité, j'espère, et relation avec les gens qui suivent ma vie sur mon blog, qui savent qu'elle a un sens et mes vins aussi. Je m'ouvre, je leur explique ce que je fais en toute transparence, même quand je ne suis pas fier, même quand je ne devrais pas. J'ai le sentiment que Bordeaux se ferme, dans les grandes propriétés, on met des grilles, regardez Latour. On installe des hôtesse.

**B. M. :** Tout sur rendez-vous.

**H. B. :** Où est le sens de ces nouveaux chais qui ont été imposés par des architectes plus que par les propriétaires ? Les communiqués



sont écrits par les attachés de presse, où est le lien ? Je suis sûr que si Bordeaux retrouvait ces valeurs, les cartes des restaurants parisiens accueilleraient et pousseraient à nouveau ses vins.

**B. M. :** A New-York et à Londres, c'est pareil. Le producteur ne mesure pas sa part de responsabilité quand il énonce au consommateur que s'il ne comprend pas son vin, il ne mérite même pas de l'acheter. Ça s'appelle le mépris.

## JDD : Exemples originaux des Essais de Montaigne dans votre château La Tour-Carnet, acquisition d'un stradivarius alloué à Nicolas Dautricourt, achat d'un violoncelle Gagliano, création d'un institut culturel, pourquoi accomplissez-vous ces gestes culturels majeurs ?

**B. M. :** J'ai commencé à donner à partir de 73 ans, j'en ai 80 aujourd'hui et je vais continuer parce que c'est ma mission. En dehors de la Fondation, où j'accueille des artistes en résidence, nous faisons des dons au Centre régional de lutte contre le cancer, l'institut Bergonié à Bordeaux. Avec le professeur Khayat, nous participons à l'achat d'équipements, nous soutenons un orphelinat de 80 enfants en Thaïlande. La vie est là, aider l'autre est un devoir que nous accomplissons, avec ma femme, sans aucune orientation philosophique sinon la considération de l'autre.

## JDD : Qu'est-ce qu'un grand vin ?

**H. B. :** C'est le temps qui gouverne. Un grand vin a cette capacité à résister au temps, à s'améliorer en sa compagnie. Il ne peut pas y avoir de grand vin instantané, de grand vin jeune. On a oublié ça. À New-York, 98 % des vins sont bus trois heures après l'achat, cependant 63 % des Français conservent leurs vins, c'est unique au monde. Un grand vin, c'est un vin montant que l'on apprécie d'autant plus qu'il a été ouvert quelques heures avant et refermé. François Audouze, amateur de vins anciens, le préconise, il a raison. L'évolution au cours du repas, le déploiement de cette queue de paon est passionnante.

## JDD : Que penser de l'inflation du prix des vins ?

**H. B. :** Quand il a fallu fixer le prix de La petite Sibérie, j'ai su par un ami qu'il y a en Amérique des wine shops où l'on trouve des vins entre cent et deux cents dollars et que ça ne gêne personne. Les vigneron sont les premiers à discuter le prix de leur vin, ils le dévalorisent. Si La Petite Sibérie coûte deux cents euros, c'est grâce à Claudine, ma femme, qui m'a aidé à valoriser mon travail, à prendre confiance.

**B. M. :** Notre stratégie est fondée sur le projet mondial que j'ai détaillé. Pour cela il faut des

« AVEC NOTRE  
MAGREZ-  
TIVOLI, NOUS  
VOUDRIONS  
ÊTRE LE "CLOS  
DES FÉES" DE  
BORDEAUX »

Bernard Magrez

volumes. La Tour-Carnet c'est 500 000 bouteilles pour le premier vin, 200 000 bouteilles pour le deuxième. La moyenne des crus classés de Saint-Émilion c'est 14 hectares, à 5 000 bouteilles par hectare, le calcul est vite fait. Fombrauge, c'est 60 hectares classés avec 200 000 bouteilles de premier vin et 80 000 bouteilles de deuxième. Pape-Clément, c'est 170 000 bouteilles. Il faut ensuite établir un prix attendu par le distributeur et le consommateur. Nous voulons installer une signature sur des volumes, c'est à l'inverse de vos choix tels que La petite Sibérie. Mais le rêve est de sortir aussi des vins comme Magrez-Tivoli très largement supérieurs à Pape-Clément ou à La Tour Carnet, mais en petit volume, l'amour du vin passe par là.

## JDD : Le Sauternais est toujours sous la menace de la destruction de son microclimat par la percée de la LGV Bordeaux-Toulouse et Bordeaux-Dax, qu'en pensez-vous ?

**B. M. :** Ce percement est un risque, économique et culturel. À mon sens, on n'a pas le droit de le faire.

**H. B. :** Ce projet n'est pas rentable et c'est sur la création d'emplois qu'il faut juger. On ne prendra pas ce TGV, comme personne ne prend l'autoroute Pau-Bordeaux parce qu'elle est trop chère. Au-delà de 3 heures, on prend l'avion.

## JDD : Hervé, sur votre blog, on peut lire « l'AOP promet sans tenir, il y a un hold-up des producteurs de vins médiocres sur les appellations. » Que voulez-vous dire ?

**H. B. :** L'appellation d'origine protégée est mortifère, dès qu'elle arrive dans un secteur elle tue les autres propositions pour exister. Que ce soit l'huile, le foie, le vin, aucune origine géographique ne peut se réclamer d'un lieu si l'AOP y est installée, sauf à prouver qu'une marque est présente et commercialisée depuis plus de vingt ans, peu de gens savent cela. Le concept d'origine contient la validation des usages locaux, loyaux et constants, il y a là des avantages, mais on écarte l'innovation. L'origine n'implique pas le signe de la qualité. Bon ou mauvais, de par sa provenance le produit accède à l'AOP, marque territoriale collective.

**B. M. :** Les gens comme vous, minoritaires, ont le désir de proposer des choses qui soient différentes des produits installés dans l'AOP, qui est un lieu de sécurité élémentaire pour « les élémentaires ». La peur est finalement la cause principale qui fait que l'on renonce à son désir, la peur d'y aller. J'ai mis 30 ans pour avoir moins peur d'aller vers cette réponse singulière qui va faire découvrir et chauffer le cœur des gens. Dans notre fondation, nous organisons « Les Nuits du savoir » qui accueillent l'éclectisme et l'approfondissement des idées. On offre à chacun De la vie heureuse, de Sénèque, pour que les participants se disent à la lecture de ce texte « pourquoi pas y aller ? » Dans le vin, c'est pareil, on doit ouvrir de nouvelles perspectives et œuvrer par tous les moyens à répandre l'expérience de type Clos des Fées à l'échelle planétaire. L'Australie se met à faire du parcellaire, si nous n'apportons pas à Bordeaux, au-delà de notre classement de 1855, des micro-réponses à l'infinie curiosité des amateurs, nous serons dépassés.

## JDD : Comment se dessine selon vous l'avenir de la viticulture en France ?

**H. B. :** La France a le problème de tous les enfants surdoués, un énorme potentiel et un gigantesque manque de confiance. Il y a 12 % de calcaire dans le monde, nous en avons 60 %, les grands terroirs viticoles sont chez nous, cette pluralité, par endroits inexploités, est une richesse. Il faut arrêter de faire du « français-bashing ».

**B. M. :** Déployer des initiatives qui nourrissent la diversité pour que brillent les yeux des hommes, faire parler à nouveau de la France enviée, copiée partout dans le monde, construire et inventer, éblouir toujours, c'est le demain de la France du vin. ♦

Entretien réalisé au restaurant Taillevant à Paris, avec l'active complicité de son équipe.

## Ce jour-là, Bernard Magrez et Hervé Bizeul ont partagé quelques vins de leur production :

- Pape Clément, blanc 2007, pessac-léognan
- Clos des Fées, blanc 2012, sémillon IGP côtes-catalanes
- Clos des Fées, « Grenache blanc vieilles vignes » 2014, IGP côtes-catalanes
- Pape Clément, rouge 1995, pessac-léognan
- Pape Clément, rouge 2005, pessac-léognan
- Clos des Fées, « La petite Sibérie », rouge 2010, côtes-du-roussillon-villages
- Clos des Fées, « Un Faune avec son fifre sous les oliviers sauvages », rouge 2012, VDP des Pyrénées Orientales
- Clos des Fées, « Passat Minor », blanc 2012, Vin de France liquoreux.