

Michel-Edouard vif comme Leclerc

Propos recueillis par Karine Valentin

UNE CATHÉDRALE DE VERRE EN FRONT DE SEINE, LE BUREAU DE MEL. SOURIAN, LE DÉMIURGE DE LA GONDOLE N'A QU'UN QUART D'HEURE DE RETARD.

il tutoie facilement, ne supporte pas qu'on le prenne pour un milliardaire, paie l'impôt sur la fortune, ne possède pas de magasin, a fait le petit séminaire, pour finir docteur en sciences éco. Il aime la BD, la voile, les grands vins. A la suite de son père, fondateur du groupe, il préside depuis 2006 l'Association des Centres distributeurs E. Leclerc et en connaît un rayon sur le commerce du vin.

CVF : *Que représente le vin pour vous ?*

Michel-Edouard Leclerc : Je suis un jouisseur, pas de ceux qui sacralisent le vin. Tous ces gens qui ne savent pas se valoriser autrement qu'en jouant les docteurs m'emmerdent. Je fais avec le vin comme avec la littérature, j'adore découvrir de nouveaux auteurs tout comme j'adore lire Marguerite Duras. Mais si je lis trois livres par semaine, pour le vin, je n'ai pas de critère quantitatif. Les moments du vin sont pour moi des moments de partage.

CVF : *Vous êtes marin : boire ou naviguer, que choisissez-vous ?*

MEL : J'aime partir avec mes potes en bateau, ouvrir une boîte de thon et un montrachet.

CVF : *Vous appartenez à la "génération Sideways", celle qui boit un cheval-blanc dans un verre en plastique...*

MEL : Je n'ai pas vu le film, mais je pense qu'il me plairait... J'aime tout dans le vin : les instants bistrots comme ceux où je fais découvrir un romanée-conti à un chef de rayon et voir une étincelle dans ses yeux. C'est ça le vin pour moi. J'aime les plaisirs bruts de décoffrage. Je ne suis ni un expert ni un esthète. Merde aux conventions, j'aime déguster un grand cru avec un pâté Leclerc.

CVF : *En quelque sorte, vous initiez vos employés à la dégustation ?*

MEL : Pas seulement, j'ai emporté une bouteille de Bordeaux au pôle Nord et mon plaisir a été de la partager avec des Russes qui ne buvaient que de la vodka.

CVF : *Tous les panels de consommateurs le disent, de plus en plus de femmes achètent le vin. Savez-vous ce qu'elles veulent ?*

MEL : Elles ont des exigences gustatives qui l'emportent sur une belle étiquette et une approche plus prosaïque du vin. Comme les jeu-



Interview

nes, elles aiment la découverte. Eux ne sont pas des buveurs d'étiquette, ils n'affichent aucun statut social lorsqu'ils boivent du vin.

CVF : *Pensez-vous que le rayon vins des grandes surfaces soit adapté aux attentes du nouveau consommateur ?*

MEL : Il y répond de plus en plus, mais il y a encore du boulot, on a trop d'inadéquation dans nos rayons, classés à l'ancienne. Il faut s'adapter à la consommation, faire des thématiques. Aujourd'hui, le guide c'est le consommateur. Sa porte d'entrée, c'est le cépage ou la façon de boire, parce qu'il n'y a pas un Français sur dix qui sache situer Montrachet.

CVF : *Nos AOC sont-elles menacées ?*

MEL : Le discours sur le vin est encore trop académique, l'AOC doit s'émanciper, sinon c'est le distributeur qui le fera. Notre vin a une image trop élitiste qui doit changer. Il faut parler marketing, rapport qualité-prix, étiquettes, il faut parler commerce.

CVF : *Certains producteurs ne veulent pas vendre à la grande distribution, pourquoi ?*

MEL : D'abord, nous demandons souvent des volumes auxquels les petits producteurs ne peuvent répondre. Et si un vigneron veut être référencé, il doit avoir une stratégie claire et qualitative pour se différencier, car la concurrence est énorme en rayon. Qu'est-ce qui ressemble plus à une bouteille de Bordeaux qu'une autre bouteille de Bordeaux ?

CVF : *Quid du commerce de proximité ?*

MEL : Dans les petites villes, les petits cavistes sont voués à disparaître, mais pas dans les grandes agglomérations.

CVF : *Le pétrole, le livre, l'or, la parapharmacie, chez Leclerc, on a toujours un combat à mener, le vin sera-t-il le prochain ?*

MEL : Ce n'est pas notre combat ni notre rôle, c'est aux producteurs à prendre leurs responsabilités...