

● Bénédicte et Stéphane Tissot, dans le Jura Un négoce enraciné

L'an dernier, Bénédicte et Stéphane Tissot démarraient une activité de négoce dont le marketing dépoussière les usages locaux, tout en s'appuyant sur une cave qui abrite du vin depuis six siècles.

L'entrée ne paie pas de mine. Elle est taillée dans un portail en bois sans fioritures. Mais elle s'ouvre sur un escalier de pierres, qui descend droit dans l'une des plus belles caves d'Arbois. La salle, de style gothique, est traversée d'une rangée de piliers qui supportent deux voûtes sur croisée d'ogives. C'est la cave de l'hôtel particulier que se fit construire Jeanne, l'épouse de Philippe V le long qui fut roi de France entre 1316 et 1322. A l'origine, elle abritait les meilleurs vins de la région. Bénédicte et Stéphane Tissot ont décidé de miser sur son prestigieux passé. L'an dernier, ils ont ouvert un négoce dont Bénédicte est la gérante. Stéphane achète les raisins, vinifie et vend les vins. Au moment où se concrétisait leur

projet, ils ont eu l'occasion de louer la cave de la reine Jeanne. Ils en ont fait leur marque commerciale. Elle illustre les étiquettes. Elle abrite des barriques de chardonnay. Elle est le lieu d'accueil des clients. L'été dernier, une agence de voyage l'avait intégrée dans son programme de visite d'Arbois.

Stéphane Tissot s'est installé sur le domaine de ses parents, à Montigny-lès-Arsures, en 1993. D'ici peu, ils se retireront de l'affaire. C'est en prévision de leur départ qu'il a démarré l'activité de négoce. « Lors du changement de génération, il y a toujours des clients qui vous quittent car ils trouvent que c'était mieux du temps de votre père, regrette-t-il. Vous n'y pouvez rien. J'ai voulu anticiper ça en trouvant une autre clientèle. » Et il ne

voulait pas se contenter de suivre une voie tracée d'avance. « Reprendre un domaine, c'est un peu du tout cuit, reconnaît-il. Avec mon épouse, nous avons voulu créer quelque chose à nous. » 300 hl l'an dernier, le double cette année : la cave de la reine Jeanne connaît un démarrage rapide. Elle le doit à la réputation du domaine Tissot qui manque régulièrement de vin. Les acheteurs qui n'ont pas pu être servis écoutent volontiers les propositions du négoce. « On tient un langage de vigneron que les gens apprécient. On parle de vin plutôt que de remises, comme le ferait un commercial. »

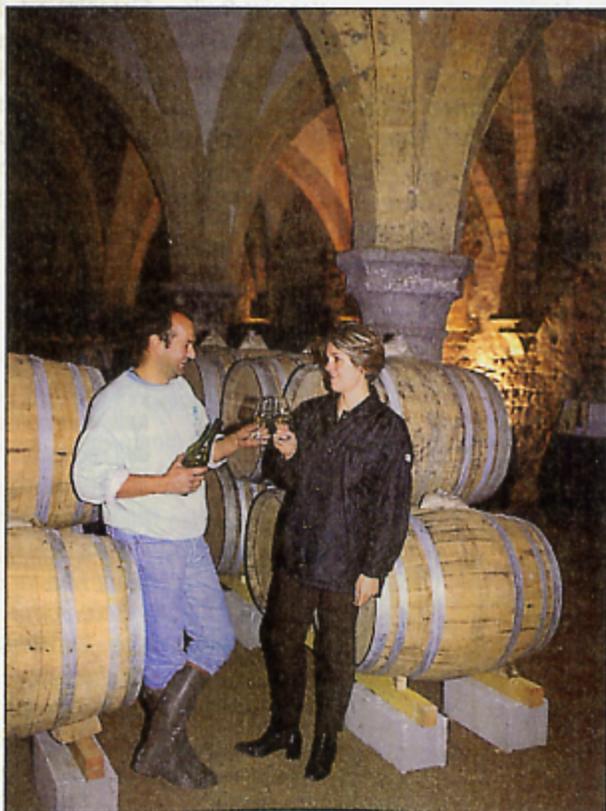
Deux entreprises distinctes

Malgré l'évidente proximité des deux entreprises, Stéphane Tissot tient à les distinguer clairement. « Il ne faut pas concurrencer le domaine avec les vins du négoce », dit-il. Le premier reste dans la tradition; il est appelé à s'élever vers le haut de gamme. Le second innove et propose des prix plus abordables. Ses vins sont habillés d'étiquettes modernes, faites en deux parties. « Du jamais vu dans le Jura, précise notre vigneron. Je ne me serai pas permis de le faire avec les vins du domaine. » Le pouslard, ce rouge qui l'est à peine, offre sa mince couleur à la vue. Il ne loge pas dans une bouteille verte, comme c'est l'usage, mais dans une bouteille transparente que sa teinte groseille traverse. Elle n'a rien de la profondeur de la robe d'une syrah mais elle n'en est pas moins séduisante. Ce pouslard est servi dans des res-

taurants. Pour inciter les clients à le boire, Stéphane Tissot a fait imprimer des chevaliers. « On n'a pas voulu tirer sur la ficelle. On a mis de l'argent pour se lancer. »

Voilà pour le marketing. La vinification s'éloigne aussi des standards locaux pour se rapprocher du style dominant. Le blanc du négoce n'a aucun caractère oxydé contrairement aux cuvées « tradition » et aux vins jaunes si particuliers au Jura : ce chardonnay est vinifié en cuves et à basse température. Une partie fermente en barriques où elle acquiert des notes boisées avant d'être assemblée à la cuvée principale. Rien de plus classique.

Si la cave de la reine Jeanne démarre avec un profil lisse, les Tissot n'oublient pas qu'elle est ancrée dans les profondeurs d'Arbois. Ils lui rendront son accent jurassien en inscrivant des vins jaunes et des vins de paille à sa gamme dès que la réputation du chardonnay sera assise. Déjà, la contre-étiquette parle de ces spécialités auxquelles ils tiennent. Car ce n'est pas parce qu'ils cèdent aux modes qu'ils bradent leur identité. « Je veux rester vigneron et continuer à faire mes vins, proclame Stéphane. Je veux faire du négoce avec une âme de vigneron. » Pour cette raison, il achète du raisin et non des vins. Il n'a pas eu de grandes difficultés à en trouver. Henri Maire, longtemps le principal acheteur, réduit nettement ses approvisionnements depuis deux campagnes, dégageant une offre abondante. Mais avec les Douanes, « ce fut lourd et long ». Au bout du compte, il a bénéficié d'une compréhension que beaucoup envieraient et qu'il ne souhaite pas détailler. C'était le moment de faire renaître la cave de la reine Jeanne. **BERTRAND COLLARD**



Stéphane et Bénédicte Tissot dans la cave de la reine Jeanne. Le marketing du négoce que ces vigneron ont ouvert en 1997 s'appuie sur la plus belle cave d'Arbois qui date du XIV^e siècle (photo B. C.).