LE MAGAZINE DU TEMPS 17 NOVEMBRE 2018

Champagne une histoire miraculeuse

Olivier Krug en son royaume

ARCHITECTURE
Les nouveaux temples du temps

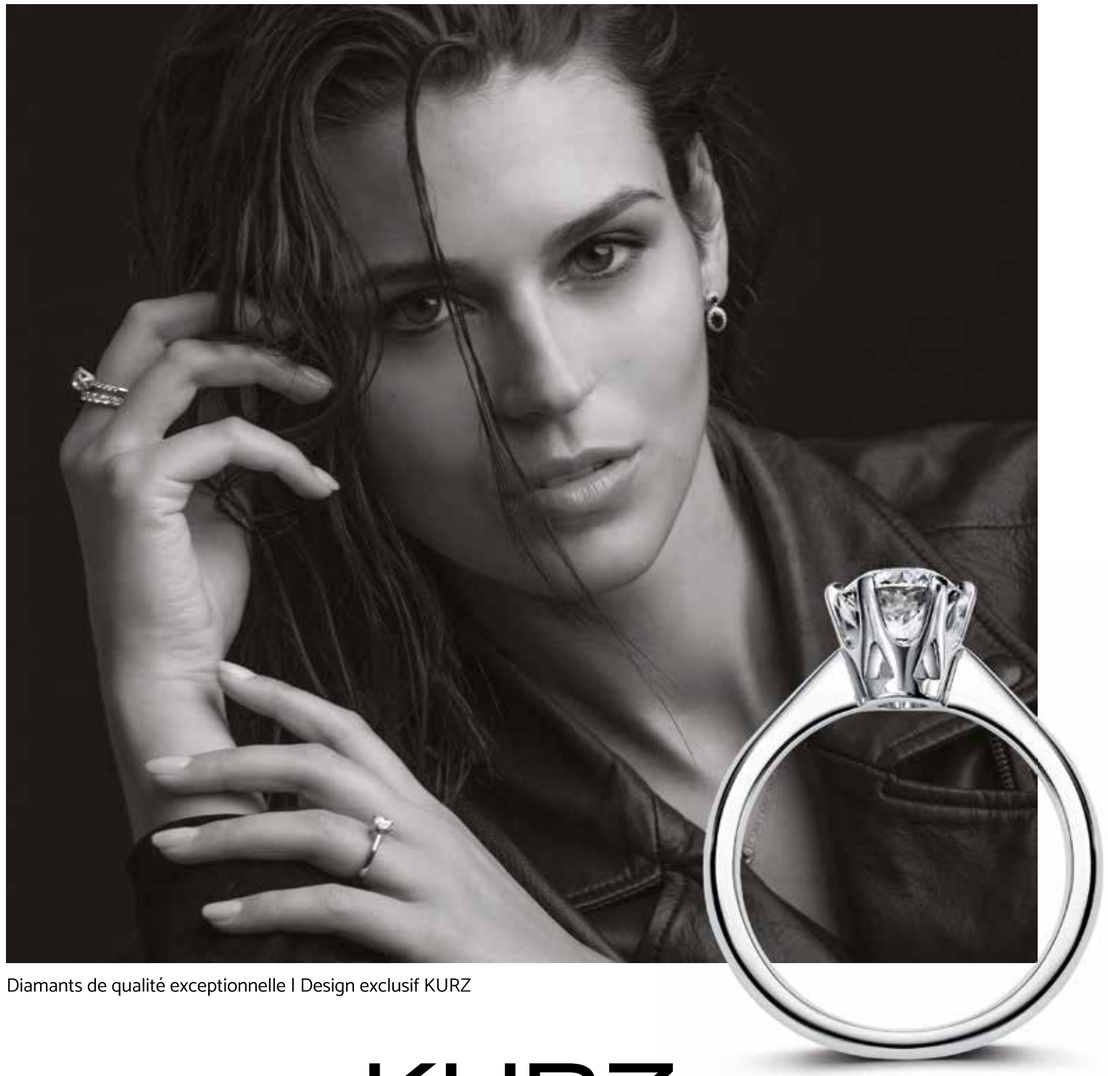
CULTURE
Bettina Rheims, photographe du sensuel

GASTRONOMIE
Escapade à Beyrouth

AN ICONIC SOLITAIRE BY KURZ

THE ONE

DIAMOND COMPETENCE SINCE 1948



Diamants de qualité exceptionnelle I Design exclusif KURZ

KURZ

BIJOUX & MONTRES

ZURICH BÂLE LUCERNE BERNE GENÈVE @KURZboutiques KURZboutiques I Visit our Ladies' and Gent's Blogs on www.kurzbijouxmontres.ch

PHOTOS: DANIEL AIRES GRAZINA, AUDEMARS PIGUET, STEFANO FRASSETTO

LE SOMMAIRE

PASSE-TEMPS

10_La question
Pourquoi a-t-on besoin d'ivresse?

12_Les news

DOSSIER CHAMPAGNE

16_L'épopée
Grâce à la domestication de la bulle, le champagne est devenu le produit de luxe que l'on connaît.

22_L'interview
Tzvetan Mihaylov, importateur et fin connaisseur de vin.

24_La sélection
Six cuvées de blancs de blancs pour accompagner apéritifs et fruits de mer.

28_Le reportage
Balade au vignoble Clos du Mesnil et rencontre avec Olivier Krug.

STYLE

34_L'objet
Karl Lagerfeld édite une collection d'objets inspirés de l'Antiquité.

16

36_L'architecture
A la découverte des édifices spectaculaires qui abritent les temples du temps.

40_Slash/Flash
Serena Williams dans le rôle de Fifi Brindacier.

42_Le bijou
Fiorever, la nouvelle collection de Bulgari, où le diamant joue la star.

46_L'horlogerie
A chacun sa montre: les horlogers proposent désormais la personnalisation de leurs modèles.

EN COVER
Olivier Krug
PHOTO: François Wavre/Lundi13.

36

L'ÉDITO

Le maître de la fête

A l'époque de Louis XIV, il était le vin des rois. Le champagne, blanc pétillant produit dans la région de Reims et dont la découverte de la méthode de production serait le fruit du hasard, s'invitait à la table de Versailles. On ignore si l'histoire de dom Pérignon, qui l'aurait amené là, est vraie. Elle veut que ce moine bénédictin transforma en 1668 un cru banal en affaire commerciale en lui ajoutant des bulles. Mais elle se raconte d'autant plus volontiers que la magie opère, comme pour toutes les légendes, depuis 350 ans.

Longtemps, le champagne a porté l'image de ce vin de célébration dont on faisait sauter le bouchon pour les grandes occasions. Il était un produit de luxe, mais sa consommation s'inscrivait strictement dans les rituels du calendrier. La mode de l'épicurisme et l'apparition d'une génération partisane du mieux boire et du mieux manger en ont fait un vrai vin qui se déguste toute l'année, avec ses millésimes et ses accords gastronomiques.

Comme tous les produits viticoles, le champagne a su s'adapter à de la culture en biodynamie, a vu apparaître ses petits producteurs dont la qualité des crus rivalise avec celle des grandes maisons. Bref, au-delà d'une production qui reste stable (320 millions de bouteilles, mais par an) mais avec des chiffres de vente qui augmentent (4,9 milliards d'euros en 2017, en raison de la hausse des exportations), le champagne est une affaire sérieuse. Les marques portent donc un soin extrême à ce produit vivant qui n'a pas d'or que la couleur. Car, en cette fin d'année, le vin des rois doit aussi être le maître de la fête.

EMMANUEL GRANDJEAN

LONGCHAMP
PARIS

AMAZONE BAG. READY-TO-WEAR BY LONGCHAMP.
LONGCHAMP.COM

PHOTOS: LEA KLOOS, TAG HEUER

LE SOMMAIRE

50_La légende
L'incroyable histoire de Jean-Maurice Golay et de sa royal Oak unique.

TECH

54_L'automobile
Les designers italiens se tournent vers le marché asiatique.

56_La geekologie
Une souris verticale pour droitiers sensibles.

CULTURE

58_L'œuvre
Franz West, l'apôtre du mauvais goût, s'expose au Centre Georges Pompidou.

59_L'art
Rencontre avec Bettina Rheims dans son atelier du Marais.

65_L'Instagram
L'artiste Justine Tjallinks photographie les femmes à la manière des peintres flamands.

59

46

ESCAPADE

66_ L'ustensile
La nouvelle bouilloire Alessi, œuvre du designer Michele de Lucchi.

67_La gastronomie
A Beyrouth, on mange bien, le regard dirigé vers la mer.

70_En carafe
Zwaa 2016, Ruedi Baumann & Michael Meyer.

72_Le voyage
Lunuganga, jardin surprise du Sri Lanka.

77_L'adresse
Enso Ango, un hôtel à Kyoto qui concilie tradition et design contemporain.

CORPS

78_La beauté
La marque suisse Bellefontaine lance une gamme anti-âge pour hommes.

79_Le soin
Huiles essentielles et fleurs: le laboratoire Puressentiel joue la carte de l'aromathérapie prête à l'emploi.

81_Le beauty case
Quatre crèmes et sérums pour parer son visage de lumière.

82_La galaxie
Retour sur la trajectoire du Dom Pérignon, du monastère aux fines bulles.

T, LE MAGAZINE DU TEMPS

Supplément du Temps paraissant 20 fois par an. (Ne peut être vendu séparément)

Editeur Le Temps SA **Président du conseil d'administration** Marc Walder **Direction** Ringier Axel Springer Suisse SA **Directeur Suisse romande** Daniel Pillard **Rédacteur en chef** Stéphane Benoit-Godet **Rédacteurs en chef de T** Emmanuel Grandjean, Séverine Saas (éditions spéciales) **Adjointes** Emilie Veillon, Caroline Stevan **Responsable T Horlogerie** Valère Gogniat **Secrétariat de rédaction** Elisabeth Stoudmann **Chef d'édition** Olivier Perrin. **Ont contribué à ce numéro** Daniel Aires, Edouard Amoiel, Stéphane Bonvin, Pierre-Emmanuel Buss, Nawel Chatti, Philippe Clément, Christophe Coënon, Damien Cuypers, Chams Iaz, Lea Kloos, Ilya Milstein, Moos-Tang, Marie de Pimodan-Bugnon, Anouch Seydtaghia, Irène Verlaque, François Wavre/Lundi 13, Nicolas Zentner. **Responsable production** Cyril Bays **Direction artistique** Simon Ladoux **Réalisation, graphisme** Clémence Anex, Mélody Auberson, Audrey Chevalley, Florent Collioud, Laetitia Troilo **Responsable iconographie** Catherine Rüttimann **Responsable iconographie pour T** Véronique Botteron **Responsable correction** Géraldine Schönenberg **Conception maquette** ENZED **Publicité Sales Director Romandie** Anne-Sandrine Backes-Klein. lt_publicite@admeira.ch T +41 58 909 98 23 www.letemps.ch/pub **Courrier** Le Temps SA, CP 6714, CH-1002 Lausanne. T +41 58 269 29 00 **Impression** Swissprinters AG Zofingen **Prochain numéro le 1er décembre 2018.**

Champagne le vin de tous les miracles

PHOTO: DANIEL AIRES GRAZINA POUR T MAGAZINE

LES CRUS PRODUITS AU NORD DE LA FRANCE DOIVENT LEUR SUCCÈS À LA DOMESTICATION DE LA BULLE DÈS LA FIN DU XVIIE SIÈCLE. RETOUR SUR UNE ÉPOPÉE HUMAINE ET COMMERCIALE

L'ÉPOPÉE

Ses fines bulles sont devenues synonymes de fête et de célébration, omniprésentes quand il s'agit de marquer les grandes occasions. Le miracle du champagne ne s'arrête pas à sa notoriété universelle. C'est aussi celui d'une région qui a su dépasser ses handicaps pour les transformer en atouts. Produits à la limite septentrionale de la culture de la vigne, les vins tranquilles des origines, acides et tranchants, auraient eu beaucoup de mal à surnager dans le marché globalisé du XXIe siècle. C'est le même climat frais qui, paradoxalement, a permis la naissance de l'effervescence puis sa domestication. Une innovation qui ne doit rien à Dom Pérignon, légende nourrie par un art consommé du storytelling. On y reviendra.

par Pierre-Emmanuel Buss
illustrations: Ilya Milstein pour T Magazine

PRODUIT DE LUXE

Exclusif, distingué et même aristocratique pour certaines de ses cuvées de référence, le champagne a su s'imposer comme un produit de luxe à la fin du XXe siècle. La preuve? Plusieurs figures de proue de l'appellation ont été rachetées par des groupes financiers. LVMH en a fait un de ses piliers en devenant propriétaire de plusieurs marques importantes comme Krug, Ruinart, Moët & Chandon ou encore Veuve Clicquot.

Du luxe donc, mais pas seulement: Moët & Chandon est la marque emblématique d'une viticulture champenoise qui a su consolider la base de sa pyramide qualitative, comme l'horlogerie suisse l'a fait avec la Swatch. La marque encave chaque année 1200 hectares de raisin, soit deux fois la surface viticole du canton de Neuchâtel. Pour assurer des conditions de production identiques à tous ses approvisionnements, elle a investi plusieurs centaines de millions d'euros ces dernières années dans la construction d'unités de production high-tech. Visibles depuis la route qui mène d'Avize à Mareuil-sur-Ay, les lignes futuristes de la cuverie du Mont Aigu incarnent de manière spectaculaire ce savoir-faire industriel.

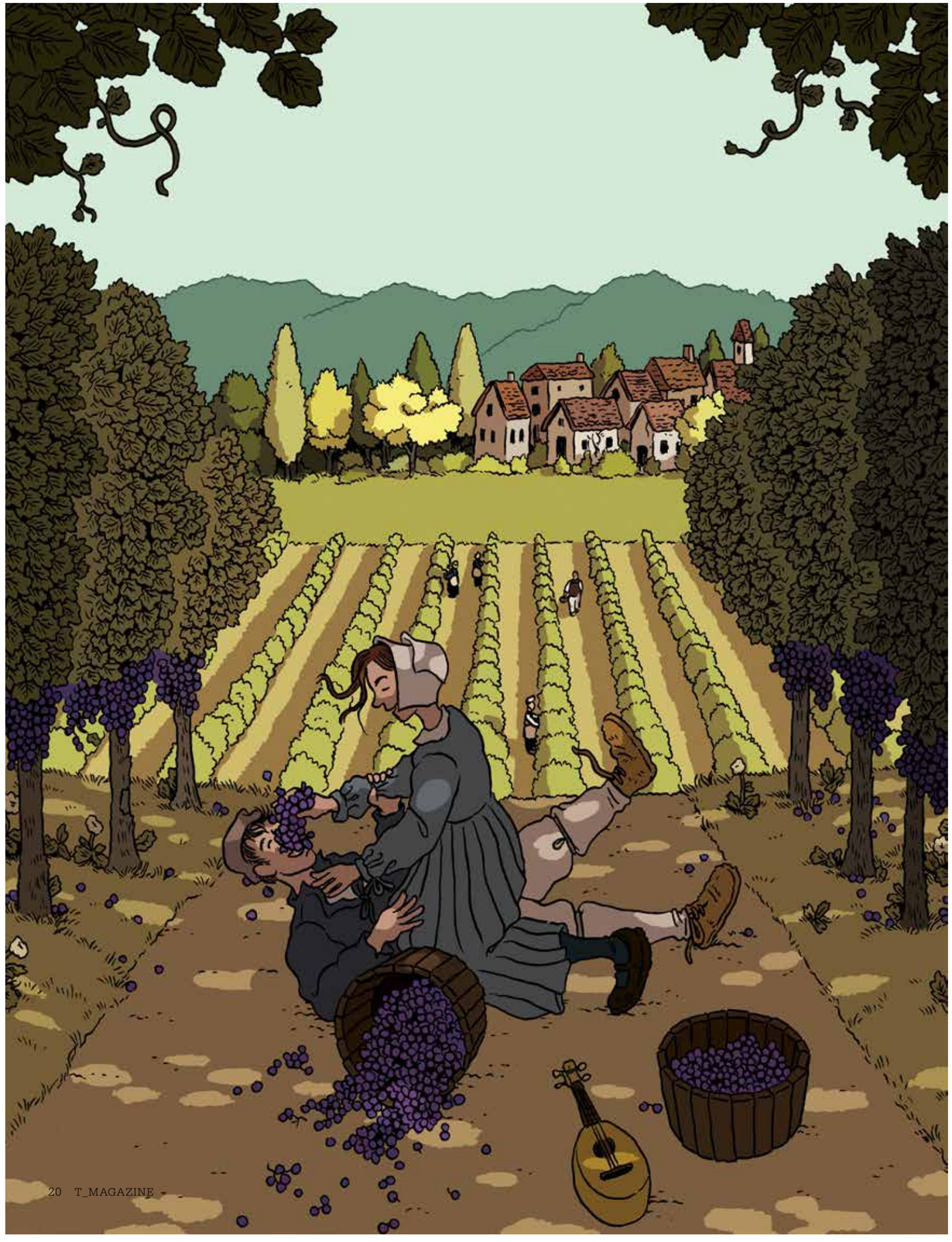
MOUSSE ANGLAISE

L'innovation est un fil rouge de l'histoire de la Champagne. Au Moyen Age, rien ne distinguait les vins de la région de ceux de la Bourgogne: des vins tranquilles destinés à l'approvisionnement de la ville de Paris, 150 kilomètres plus à l'ouest. L'aptitude naturelle au pétillement était connue, mais sans que le phénomène ne soit ni régulier ni compris. Il n'était d'ailleurs pas propre aux vins de la région.

L'effervescence non maîtrisée est restée la règle jusqu'à la fin du XVIIe siècle. A l'époque, les vins étaient élaborés et transportés dans des foudres jusqu'au client final. Les fermentations étaient souvent interrompues par l'hiver, très rigoureux à cette époque. Au printemps, avec la hausse de la température, les fermentations pouvaient reprendre et terminer la transformation des sucres en alcool avec une production plus ou moins élevée de gaz carbonique.

Plusieurs sources historiques montrent que les Anglais ont été les premiers à théoriser le phénomène de la prise de mousse. Dans un rapport rendu à la Royal Society de Londres, en décembre 1662, le physicien et naturaliste anglais Christopher Merrett détaille dans un rapport de huit pages les effets de l'addition de sucre et de mélasse dans les vins, processus qui les rend «plus alcoolisés et

> Au Moyen Age, rien ne distinguait les vins de Champagne de ceux de Bourgogne



plus mousseux». Ce profil va très vite susciter l'intérêt des consommateurs britanniques alors qu'il était perçu comme un défaut en France. Et permettre au Dr Merrett d'être considéré par certains, notamment au Royaume-Uni, comme l'inventeur de la bulle.

CHANSON À BOIRE

Deux innovations presque simultanées vont jouer un rôle déterminant dans la reconnaissance du champagne comme vin effervescent: les Anglais, encore eux, ont été les premiers à mettre au point des bouteilles capables de résister à la pression de la prise de mousse et à utiliser des bouchons en liège en provenance du Portugal pour assurer une fermeture hermétique. Les «sparkling champagnes» mis en bouteille à Londres sont très vite célébrés par les écrivains et poètes. Dans *The Man of Mode*, pièce écrite en 1676, George Etheredge fait chanter par l'un de ses personnages une chanson à boire qui vante les mérites du «champagne effervescent qui ranime rapidement les pauvres amants languissants, les rend joyeux et gais et noie tous leurs chagrins.»

C'est l'engouement des Britanniques qui a incité les producteurs champenois à s'approprier définitivement la bulle et à affiner sa production. Il faudra attendre 1728 et un décret royal autorisant l'expédition de vins français en bouteille vers l'étranger pour que les Champenois commercialisent leurs vins en direct, dont une proportion de vins tranquilles. C'est le début de l'exception champenoise: pour la première fois dans l'histoire, un vin effervescent est associé à un territoire précis avec la mise au point de techniques spécifiques de vinification.

Et Dom Pérignon? Au moment où le moine bénédictin arrive à l'abbaye Saint-Pierre d'Hautvillers, en 1668, le vin effervescent suscite déjà l'intérêt à Londres. S'il n'a pas inventé «les bases de la méthode champenoise», comme LVMH l'écrit sur son site internet, il a laissé une trace indélébile dans l'histoire de la Champagne. En un demi-siècle d'activité, il a non seulement réorganisé en profondeur le vignoble de l'abbaye mais aussi développé de manière décisive l'art délicat de l'assemblage. Le succès du champagne n'a pas été linéaire. Comme toutes les autres régions viticoles, les départements de la Marne, l'Aube, l'Aisne, la Haute-Marne et la Seine-et-Marne ont connu leurs lots de crises et de remises en question. Longtemps préservée, la région a été dévastée par le phylloxera dès 1890. De 70000 hectares de vigne, elle est passée à seulement 12000 hectares à la veille de la Première Guerre mondiale.

Le rebond champenois s'est déroulé pendant les Trente Glorieuses grâce à une demande croissante pour les vins effervescents. Entre 1950 et 1980, les surfaces plantées ont été multipliées par deux pour atteindre près de 25000 hectares. Dans le même temps, le rendement agronomique a doublé et les ventes ont été multipliées par cinq. Les bases du succès actuel sont posées.

> Les meilleurs récoltants-manipulants ont fait le pas du bio pour répondre au besoin d'authenticité des nouvelles générations de consommateurs

ÂGE D'OR

Depuis le début du deuxième millénaire, le champagne connaît un âge d'or inédit. La région a connu une augmentation de sa production, en particulier dans l'Aube, où la vigne, dopée par un prix du raisin en hausse, a remplacé un tissu industriel déliquescent. Le vignoble a atteint le plafond de 34000 hectares fixé par la loi de 1927 sur l'aire de production de l'Appellation d'origine contrôlée (AOC). Insuffisant toutefois pour répondre à une demande en hausse constante, notamment à l'export. Au point d'inciter le Syndicat général des vignerons de demander en 2003 l'élargissement de l'AOC, un processus toujours en cours.

Depuis l'an 2000, la production du célèbre effervescent avoisine 320 millions de bouteilles par an, grâce notamment à un rendement par hectare défini chaque année. Une production stable, donc, mais une valeur en hausse constante grâce à une stratégie de montée en gamme. En 2017, le chiffre d'affaires des expéditions de champagne a atteint un nouveau record à 4,9 milliards d'euros. Un résultat permis par la progression de l'export (+6,6% par rapport à 2016). Une tendance lourde portée par l'acquisition de nouveaux marchés comme la Suède, le Japon, l'Australie ou la Chine. La croissance est spectaculaire: le chiffre d'affaires de la Champagne viticole a progressé de plus d'un milliard d'euros depuis 2005.

PASSAGE AU BIO

Cette croissance spectaculaire s'explique notamment par l'image exclusive du champagne, avec des marques à la notoriété très forte qui tirent toute la région. Leur force de frappe en matière de communication et de storytelling profite à l'ensemble de la filière. Le succès croissant des récoltants-manipulants, qui gèrent tous le processus de production de la vigne à la bouteille, ouvre de nouveaux marchés, en rompant avec l'image élitiste ou industrielle qui colle à la peau des grandes maisons.

Cette capacité à s'adapter à l'air du temps est un atout clé de la mosaïque champenoise. Les meilleurs récoltants-manipulants ont fait le pas du bio – une démarche encore rare dans la région – et proposent de plus en plus de microcuvées de terroir. Une démarche appelée à se développer pour répondre au besoin d'authenticité et de traçabilité des nouvelles générations de consommateurs. Et de participer à pérenniser le succès du champagne, le vin de tous les miracles. T

«Le champagne peut accompagner tous les plats»

AMBASSADEUR SUISSE DU CHAMPAGNE EN 2011, TZVETAN MIHAYLOV EST UN ÉRUDIT PASSIONNÉ QUI CONNAÎT TOUS LES SECRETS DU CÉLÈBRE EFFERVESCENT

par Pierre-Emmanuel Buss photo: Lea Kloos / T Magazine

Tzvetan Mihaylov est un converti tardif au champagne et fait donc partie des plus assidus. En 2009, en charge d'un cours sur le vin à la IHTTI School of Hotel Management de Neuchâtel, il commence à étudier la thématique de ce vin qui pétille. Et se rend compte que plus il creuse, plus il a à apprendre. Amoureux du produit et de la région, il se spécialise au point de devenir en 2011 ambassadeur suisse du champagne. Ce titre couronne le vainqueur d'un concours annuel qui exige de connaître tous les secrets du célèbre vin effervescent.

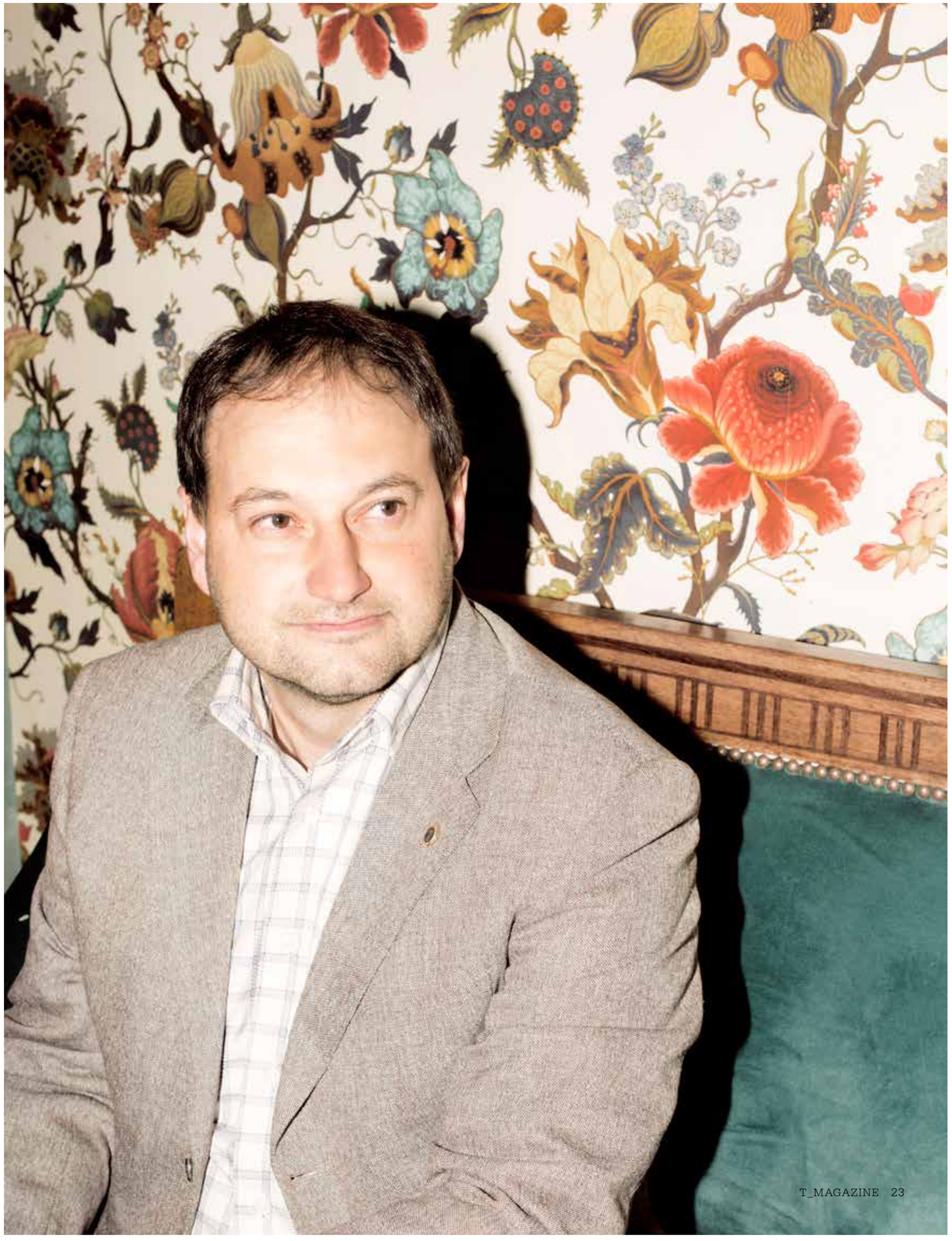
Comment expliquez-vous le succès unique du champagne à travers le monde?
On entend souvent dire que c'est grâce au marketing. C'est vrai, les Champenois sont très forts dans ce domaine. Mais le facteur déterminant, c'est la qualité du produit. Le champagne se distingue de tout ce qui se fait ailleurs. Un autre élément est la faculté de la région à tirer à la même corde sous l'égide du Comité champagne, qui réunit vignerons et grandes maisons. Ils ont posé des garde-fous en matière de production et de protection du nom «champagne» qui sont très efficaces.

A quoi ressemblerait la Champagne viticole si elle n'avait pas domestiqué l'effervescence?
C'est difficile à dire. Mais la qualité des vins tranquilles pourrait être très bonne. Si dom Pérignon n'a pas inventé la bulle, il a inventé leur assemblage. La qualité de ses vins était plus élevée que les vins de Bourgogne de l'époque, si l'on en croit les prix pratiqués. Aujourd'hui, avec le réchauffement climatique, de nouvelles perspectives s'ouvrent. Depuis plusieurs années, des producteurs champenois produisent des vins rouges tranquilles sous l'appellation coteaux-champenois. Il y en a d'excellents. Depuis deux ou trois ans, on commence aussi à voir des blancs.

Les grandes maisons de champagne sont devenues des marques de luxe. Peut-on faire le parallèle avec l'horlogerie suisse?
Oui, il y a beaucoup de points communs. Il s'agit à la base de deux produits de très grande qualité qui ont la faculté de faire rêver. Comme dans l'horlogerie, la production de champagne est constituée de grands acteurs qui font du volume et d'autres qui occupent des niches avec une qualité extraordinaire. Anselme Selosse est l'exemple emblématique de cette tendance en Champagne. Les cuvées artisanales de ce récoltant-manipulant atteignent des prix très élevés. Il le doit à une qualité exceptionnelle et au jeu de l'offre et de la demande qui valorise ce qui est rare.

Le champagne est encore souvent associé à l'apéritif: comment changer cette image?
Il y a beaucoup à faire dans l'éducation des consommateurs. Quand j'organise des repas gastronomiques accompagnés exclusivement de champagne, les gens qui découvrent cela sont acquis au minimum à 50%. Il faut oser, voilà tout. Le champagne peut accompagner tous les plats, même la viande. Je garde ainsi un souvenir ému d'un accord entre de la viande de pigeon et un Dom Ruinart Rosé 1988 en magnum. C'était fantastique. Un des meilleurs vins que j'ai jamais bus de ma vie. T

PAGE DE DROITE Pour Tzvetan Mihaylov, importateur réputé, champagne et horlogerie partagent les mêmes exigences qualitatives.



Les blancs de blancs accompagnent parfaitement les plats de fruits de mer et les poissons. Notre sélection de six cuvées coup de cœur.

par Pierre-Emmanuel Buss
photos: Daniel Aires Grazina
pour T Magazine

PAGE DE GAUCHE
Le blanc de blancs de Fleury privilégie la biodynamie, celui de Marie-Courtin la vinification dans des barriques usagées et celui de Perrier-Jouët les arômes d'acacia et d'agrumes.

Le champagne est multiple, protéiforme, prêt à affronter tous les défis. Traditionnellement issu d'un assemblage entre le pinot noir et le pinot meunier, à peau noire, et le chardonnay, à peau blanche, il se décline aussi en monocépage. Lorsqu'il est tiré du seul chardonnay, où d'autres cépages blancs plus rares, on parle de blanc de blancs. Il s'agit alors d'un vin friand à la bulle fine et aérienne. Parfait à l'apéritif, il accompagne aussi très bien les coquillages, crustacés et autres plats de poisson. Sélection de six cuvées éclectiques produites par des vignerons indépendants et de grandes maisons.

LA DÉGUSTATION

CHAMPAGNE BÉRÊCHE ET FILS
LES BEAUX REGARDS EXTRA BRUT

Installés à Ludes, dans la Marne, les frères Bérêche, Raphaël (à la cave) et Vincent (à la vigne) s'attachent à produire des champagnes à forte personnalité. Depuis qu'ils ont repris le domaine familial en 2004, ils l'ont hissé au plus haut niveau de l'appellation. La cuvée des Beaux Regards est le fruit de l'assemblage de deux parcelles de chardonnay, dont une en premier cru. Fermenté en fûts, élevé 36 mois sur lattes, non dosé (3 g/l), c'est un champagne d'une grande pureté et d'une grande précision, à la bouche soyeuse sur des notes de poire et d'agrumes confits.

En vente sur
champagnes-de-gastronomie.ch
au prix de 59 francs

LARMANDIER-BERNIER
LATITUDE BLANC DE BLANCS EXTRA BRUT

Vigneron philosophe installé à Vertus, Pierre Larmandier cultive 16 hectares répartis en grands crus de la Côte des Blancs, à Cramant, à Chouilly, à Oger et à Avize. Sa gamme valorise un travail soutenu dans le vignoble avec l'utilisation de traitements biodynamiques. Composée exclusivement de chardonnays provenant de la même «latitude» au sud de Vertus, la cuvée Latitude est vieillie sur lattes pendant au moins deux ans. Riche et charmeur, cet Extra Brut (dosage de 4 g/l) a besoin d'air pour exprimer ses arômes de pêche, de pomme verte et d'écorces d'orange.

En vente sur globus.ch
au prix de 69,90 francs

RUINART
BLANC DE BLANCS BRUT

C'est une icône des Blancs de Blancs et l'incarnation de la maison Ruinart, avec sa bouteille dodue, souvenir des pionnières du XVIIIe siècle. Le chardonnay de la plus ancienne maison de Champagne, crée en 1729, est une valeur sûre à l'identité affirmée. Elle est composée de raisins venus des meilleurs coteaux de la Côte des Blancs, mais également de la Montagne de Reims. Ce brut dosé à 8,5 g/l propose un nez aromatique sur les agrumes et l'ananas, avec une note florale. Il est suave et tendre, avec une belle fraîcheur qui porte une finale toute en subtilité.

En vente sur globus.ch
au prix de 89,90 francs

CHAMPAGNE MARIE-COURTIN
ELOQUENCE EXTRA BRUT

Dominique Moreau a fait ses premiers pas en viticulture en 2001. En 2005, elle a fondé son domaine à Polisot, sur la Côte des Bar, en lui donnant le nom de sa grand-mère Marie Courtin. Depuis lors, elle a étendu sa superficie à un peu plus de 2,5 hectares. Elle travaille ses vignes en biodynamie avec l'ambition d'exprimer au mieux la minéralité de son terroir. La cuvée Eloquence, non dosée, vinifiée dans des barriques usagées, est dédiée au chardonnay. Elle offre fraîcheur, finesse et élégance, sur des arômes d'agrumes, de fleurs blanches, avec une finale tendue et saline.

En vente sur
champagnes-de-gastronomie.ch
au prix de 78 francs

PERRIER-JOUËT
BLANC DE BLANCS BRUT

En 2018, Perrier-Jouët propose une cuvée inédite composée à 100% de chardonnay. Une nouveauté ou presque: jusqu'ici, la maison proposait ponctuellement des cuvées Belle Epoque dédiées au célèbre cépage blanc. Le chef de cave Hervé Deschamps, natif de la Côte des Blancs, a choisi les meilleures parcelles des 65 hectares du vignoble qui appartient à la maison entre Cramant et Avize. Résultat? Un Blanc de Blanc Brut (dosage à 8 g/l) tout de finesse, de légèreté et de fraîcheur, avec ses arômes d'acacia, de chèvrefeuille et d'agrumes. Fidèle à la tradition, Perrier-Jouët a paré l'étiquette des anémones de Gallé.

En vente sur manor.ch
au prix de 69 francs

CHAMPAGNE FLEURY
NOTES BLANCHES BRUT NATURE

Fleury est une entreprise familiale créée en 1895 dans la Côte des Bars. En 1989, Jean-Pierre Fleury a été le premier vigneron de Champagne à convertir son vignoble de 14 hectares en biodynamie. Aujourd'hui, la nouvelle génération (Morgane, Jean-Sébastien et Benoît) perpétue la tradition. Le domaine produit un Blanc de Blanc non dosé issu du seul cépage pinot blanc, une rareté idéale pour l'apéritif. Il présente un nez très expressif sur des notes de poire et de fruits exotiques. La bouche est vive et équilibrée, avec une matière enveloppante. Une friandise pleine de dynamisme.

En vente sur
champagnes-de-gastronomie.ch
au prix de 65 francs

PAGE DE GAUCHE
La maison de maître de la famille Krug s'ouvre sur une cour intérieure et un pressoir.

CI-DESSOUS
Olivier Krug, directeur de la maison, issu de la sixième génération de la famille.

Entre les murs

AU CŒUR DU VILLAGE DU MESNIL-SUR-OGER, UNE PETITE PARCELLE DE 1,84 HECTARE GÉRÉE PAR LA MAISON KRUG PRODUIT UN DES CHAMPAGNES LES PLUS EXCLUSIFS DU MONDE

par Emilie Veillon photos: Véronique Botteron / T Magazine

Pour la trouver, il faut traverser plusieurs fois Le Mesnil-sur-Oger. Lorgner au-dessus des murs en pierres naturelles. S'enfiler dans les allées discrètes. Car dans ce paradis du chardonnay, baptisé la côte des blancs, une toute petite parcelle de vigne se situe au cœur même de ce village champenois réputé pour la minéralité et la vivacité de son cépage blanc.

Sur une pente légère de 1,84 hectare, entouré d'un haut mur fermé par un portail en fer rouge, le Clos du Mesnil est constitué d'une maison de maître et d'une petite cour attenante au vignoble où se trouve le pressoir. Répertorié depuis 1698, il appartenait à l'origine, comme la plupart des clos, à une abbaye bénédictine. Il passa les siècles suivants aux mains de différents paysans vignerons dont le dernier fut Jules Tarin. Jusqu'à ce que la famille Krug le rachète en 1971, avec plusieurs autres parcelles de chardonnay dans le vignoble du Mesnil-sur-Oger pour sécuriser un approvisionnement de qualité en une période d'expansion des ventes de champagne en France et à l'étranger.

Assez vite, les frères Rémy et Henri Krug se rendent compte que ce vignoble profite d'un microclimat qui procure au vin des qualités toutes particulières. Le mur et les maisons villageoises qui l'entourent forment un double écrin qui protège les ceps des gelées printanières. Une petite colline boisée, située au sud, fait barrage au vent humide ou sec. Il y fait aussi plus chaud en été, ce qui explique sans doute les vendanges plus précoces au clos par rapport aux autres parcelles du village. «Le chardonnay étant le caméléon des cépages, il prend la personnalité du terroir dans lequel il s'épanouit. C'est absolument flagrant au Clos du Mesnil. Ses caractéristiques géographiques et géologiques dotent les raisins de qualités exceptionnelles», observe Olivier Krug, directeur de la maison, fils d'Henri et issu de la sixième génération de la famille.

UN CHAMPAGNE PAR PARCELLE

Au cours des années 1970, dans toutes les dégustations à l'aveugle, les vins provenant de cette parcelle sont mis en relief. «Plus de pureté, plus d'expressivité… Ils avaient vraiment une empreinte. On a très vite compris qu'ils pouvaient s'exprimer par eux-mêmes. C'est pour cela que nous avons tenté de

Un coup d'œil par-dessus le mur du vignoble de seulement 1,84 hectare du Clos du Mesnil.

A chaque cuvée de Krug sa bande-son. Musiciens et artistes donnent ainsi une autre dimension sensorielle à ce champagne d'exception.

«Il arrive qu'on fasse 15 à 20 vinifications en fûts de chêne que l'on peut remplir en plusieurs fois. Ce soin est représentatif de l'attention que l'on porte à toutes nos parcelles»

Olivier Krug, directeur de la maison Krug

faire un champagne millésimé blanc de blancs à partir de cette seule parcelle dont la première bouteille fut tirée de 1979. Il était servi à la maison, sans stratégie commerciale.» Remarqué par des connaisseurs qui poussent les Krug à le proposer à la vente, il devient légendaire, extrêmement convoité, aussi pour sa rareté. Seuls 18 millésimes sont nés depuis 1979. Les conditions doivent être parfaites lors des dégustations printanières qui suivent la vinification pour qu'un millésime passe et se lance ensuite dans un processus de maturation de douze ans environ dans les caves de la maison, à Reims.

Le succès du Clos du Mesnil a poussé la maison à acquérir en 1994 un autre clos exclusif: le Clos d'Ambonnay, parcelle minuscule de 0,68 hectare dédiée au seul pinot noir, qui appartenait à un de ses fournisseurs. Le premier millésime, 1995, suivi de quatre autres, a été présenté en 2007 avec seulement 3000 bouteilles. «Dans ces deux clos, les vendanges se font souvent en plusieurs fois pour coller au plus proche de la maturité de chaque grappe. Au Mesnil, qui fait presque la superficie de la Romanée-Conti, le vignoble est fragmenté entre les parcelles jeunes de 2008 et les plus anciennes qui datent de 1968. Il arrive qu'on fasse 15 à 20 vinifications en fûts de chêne que l'on peut remplir en plusieurs fois. Ce soin dédié est représentatif de l'attention qu'on porte à toutes nos parcelles», note Olivier Krug.

Le Krug Clos du Mesnil 2004, qui compte 12 548 bouteilles numérotées, a été présenté cet été. La production d'un tel cru détonne en Champagne. Même si l'approche mono-parcellaire peut sembler dans l'air du temps axé sur la découverte des facettes d'un terroir, elle reste encore rarissime dans cette région française. La majorité des champagnes étant composés de plusieurs parcelles mélangées, de plusieurs cépages (chardonnay, pinot noir et pinot meunier) et de plusieurs années.

Si ce vin issu d'un seul clos, comme cela se fait en Bourgogne, a pu être identifié, c'est justement parce que la maison Krug a, depuis sa création en 1843, une obsession du détail unique en son genre. Joseph Krug, fondateur, s'est d'emblée donné l'ambition d'offrir chaque année uniquement des cuvées de prestige, la Krug Grande Cuvée, indépendamment des aléas climatiques. Dans son carnet de vie conservé par la marque dans ses locaux de Reims, il écrit en 1848: «On ne peut pas obtenir de bons vins sans employer de bons éléments et des vins de bons crus. On a pu obtenir d'apparence de bonnes cuvées en employant des éléments et des crus moyens ou même médiocres. Mais ce sont des exceptions sur lesquelles il ne faut jamais compter. Ou on risque de manquer son opération et perdre sa réputation.»

L'ALLIAGE DU GOÛT ET DU SON

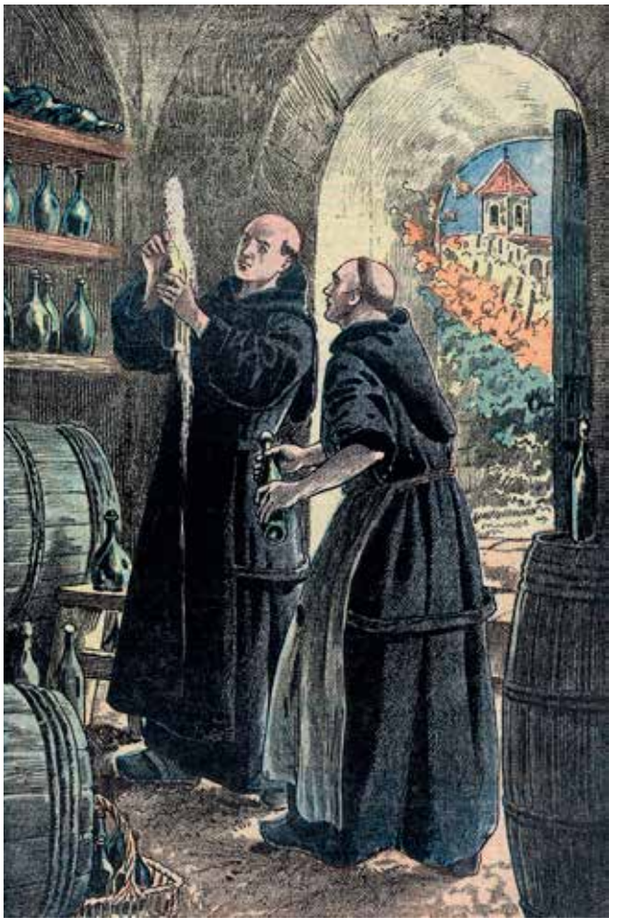
Dans ce sens, les vinifications annuelles des raisins provenant des 250 parcelles Krug sont conservées dans des fûts séparés, respectant ainsi les caractéristiques individuelles de chacune. Elles constituent ainsi une bibliothèque de plus de 150 vins de réserve stockés dans de petites cuves en inox dans la cave de Reims, ce qui permet de conserver les arômes et les saveurs pendant de longues périodes. Pour composer la Krug Grande Cuvée chaque année, le chef de cave Eric Lebel assemble environ 120 vins clairs issus d'une dizaine d'années différentes jusqu'à 15 ans d'âge.

Les amoureux de Krug le savent, l'une des beautés de la maison réside dans le lien qu'elle met en lumière entre la perception du son et celle du goût. La création d'un champagne prend une approche très musicale à la maison Krug, Eric Lebel étant comparé à un grand compositeur. Pour chaque édition d'une nouvelle cuvée, une bande-son est proposée en collaboration avec des musiciens et artistes. Elle fait partie des informations livrées par le biais du Krug ID imprimé au dos de la bouteille: histoire d'une année, composition précise d'Eric Lebel et accord musical conseillé. De quoi vivre une expérience sensorielle au-delà des bulles. T

A Versailles, Louis XIV et sa cour raffolent de vin pétillant. C'est pour tirer des profits de cette nouvelle mode que Dom Pérignon, en habile gestionnaire, aurait cherché à rendre les vins de Champagne effervescents.

Le problème du champagne est qu'il est impossible à transporter en fût sans «exploser». Bien avant Dom Pérignon, les Anglais trouvent la solution en le conservant dans des bouteilles en verre épais fermées par une toute nouvelle invention: le bouchon en liège.

L'abbaye de Saint-Hilaire, où Dom Pérignon aurait découvert la fameuse technique du vin effervescent. L'histoire veut qu'il se soit inspiré du procédé qui rend alors pétillants les vins de Limoux, la commune où est situé le monastère.



En 1669, Thierry Ruinart, lui aussi bénédictin, rend visite à Dom Pérignon. Lequel lui enseigne le principe de sa découverte. En 1729, son neveu Nicolas fonde à Epernay la Maison Ruinart, première maison de vin de Champagne.

Le premier millésime de Dom Pérignon Rosé date de 1959. Avec 306 bouteilles produites seulement, c'est le champagne le plus rare de la maison. Mais aussi le plus cher. En 2008 à New York, deux flacons partaient aux enchères pour la somme de 84 700 dollars.

Dom Pérignon

AVANT DE DEVENIR UNE GRANDE MARQUE DE CHAMPAGNE, DOM PÉRIGNON EST SURTOUT LE NOM DU MOINE À QUI LA LÉGENDE ATTRIBUE D'AVOIR RÉUSSI À METTRE DES BULLES DANS LE VIN

par Emmanuel Grandjean

PHOTOS: GETTY IMAGES, DOM PÉRIGNON, RUINARD