


| **Enquête conso**

# Dimension **XXL**



Top tendance, les magnums, jéroboams, nabuchodonosors de vins rosés et de champagnes se multiplient. Y compris dans les rayons de la grande distribution.

TEXTE MARISE SARGIS

**A** quoi reconnaît-on les rosés ? À leur sens de l'excentricité et de la nouveauté. Ils cultivent donc aujourd'hui la démesure. Depuis les années 2000, leurs magnums brillent de tous leurs feux au bord des piscines et dans les boîtes de nuit de la Côte d'Azur. Les Champenois, grands acteurs de la fête, ne sont pas en reste et affichent aussi les tailles les plus extravagantes. La bouteille haut perchée s'installe en reine comme phénomène de consommation durable. Tous les salons internationaux regorgent de pièces impressionnantes, à l'instar du Millésime bio à Montpellier fin janvier. Certaines sont factices, peintes à l'intérieur pour alléger le transport ou simplement remplies d'eau colorée.

## Le magnum, meilleur contenant

Le premier attrait de ce contenant est la capacité à se faire remarquer. D'où son côté événementiel surtout en rosé. Même les vins natures s'y mettent comme à la Cave des papilles à Paris, où s'exposent de multiples fleurons. La clientèle a pris l'habitude d'acheter ces géantes plutôt que deux bouteilles pour des soirées entre amis, avec un effet d'épate garanti. Idem pour les cadeaux d'anniversaire et surtout de naissance, pour célébrer, le jour venu, les vingt ans du petiot. Mais, au-delà du côté esbrouffe, le magnum (1,5 l) est aussi reconnu le meilleur pour tous les vins y compris les champagnes. La taille du goulot est identique à celle d'une bouteille de 75 cl, soit une quantité d'air équivalente pour le double de liquide. Ce format

de jouvence permet au nectar d'évoluer plus lentement et de préserver plus longtemps les arômes primaires du vin. « Pour nos champagnes, cet effet bénéfique est notable jusqu'au nabuchodonosor, ensuite, il est moins évident », relativise Philippe Verrier, responsable commercial de la maison Drappier. En Bourgogne, Catherine et Gilles Vergé à Viré-Clissé (71), adeptes des vins S.A.I.N.S. (Sans aucun intrant ni sulfite ajouté), défendent eux aussi le magnum. Ils en prévoient pour trois cuvées de blancs sur cinq, une cinquantaine par cuvée. Il faut bien anticiper les ventes car tout est plus cher avec ce type de flacon, le bouchon comme la bouteille. « Il coûte plus que deux bouteilles de 75 cl. Ainsi, notre pétillant en Vin de France 2008 vieilli cinq ans est vendu 18€ en 75 cl et 42€ en 150 », précise Catherine Vergé. Chez les vignerons, le magnum reste une tradition dans toutes les régions, surtout les grandes années. Mais à quand remonte cette tradition ?

L'origine exacte des grands contenants reste un mystère. Magnum vient du nom latin *magnus* qui signifie « grand ». Les historiens ont retrouvé des traces de commandes de cette bouteilles passées par la cour royale d'Angleterre au XVIII<sup>e</sup> siècle et de jéroboams dans le Bordelais en 1725. La Champagne a commencé à multiplier les bouteilles géantes aux noms prestigieux, dès la fin du XIX<sup>e</sup>

siècle. On ne sait pas non plus d'où viennent, en Champagne, les noms bibliques et légendaires de ces flacons XXL : mathusalem, balthazar, nabuchodonosor, salomon, etc. « Il n'y a pas de livre sur l'histoire des contenants », atteste le musée du Vin de Paris.

## Inter

Les ventes de grands formats progressent chez les industriels. « En cinq ans, le nombre de magnums toutes teintes confondues a presque doublé », établit Patricia Bellés Cloutour, responsable marketing bouteilles de Verallia Saint-Gobain Emballage. Les fabricants élargissent leurs gammes. L'extra blanc particulièrement tendance pour les rosés est passé de deux modèles en 2009 à seize en 2013 chez Verallia. « Nos ventes de grands contenants de champagne ont connu une croissance de 25 % ces trois dernières années », estime Patricia Bellés. Ainsi, la bouteille Seduction Bling laisse apparaître un décor truffé de bulles au fur et à mesure qu'elle se vide. Entraînés par ce tourbillon, des rayons spécialement dédiés fleurissent dans la distribution.

Au sous-sol du magasin Lavinia à Paris, ils ont droit à un espace spécial. L'hygrométrie est surveillée de près. Dans cette cave de Ali Baba, les bouteilles de [château](#) Le Puy s'alignent en ordre grandissant, magnums, jéroboams, impériales (6l), jusqu'aux

« EN CINQ ANS, LE NOMBRE DE MAGNUMS A PLUS QUE DOUBLÉ. »



La maison de champagne Drappier a présenté en 2013 le V Canter, un appareil pour servir ses poids lourds.

## Les grosses pointures bordelaises

**E**n grande et moyenne surface, la vente des flacons géants en vins de Bordeaux représente 1 % du volume et 1 % de la valeur, selon le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB). Millésima, le plus important acheteur de primeurs de Bordeaux, est aussi le spécialiste des bouteilles XXL. Ils concernent 1 900 références, avec les magnums en tête des achats. La « bibliothèque impériale » abrite les joyaux disponibles à la vente. Des nabuchodonosors de château Cheval Blanc (2005), de château Pontet-Canet (2011) et pour rêver encore des doubles magnums de 1989 : château Margaux (5 000 €), château Mouton Rothschild (2 850 €) et château Laffite (8 167 €). Le plus vieux millésime disponible est 1970 (jéroboams du château Léoville Las Cases et château Lafon-Rochet). « Auparavant, les grands contenants étaient attendus pour Noël, aujourd'hui, la demande est telle que nous les proposons aussi en milieu d'année pour Pâques et l'été à la période des mariages », détaille Stéphanie Grégoire, responsable communication de Millésima. Le négociant a étendu son offre au-delà de Bordeaux : Italie, Loire, Champagne, Provence, Bandol, Bourgogne, Alsace...

## Des formats pour le marché chinois

À Saint-Julien, le château Lagrange embouteille systématiquement ses vins en magnum, double magnum et impériale. Les quantités varient en fonction des années. Un client chinois a récemment commandé la collection complète des 2010 dans tous les formats. « Le marché chinois est friand de produits spectaculaires », précise Charlotte Denjean, en charge des relations publiques du château Lagrange. Comme l'œnotourisme est en plein développement dans le Médoc, le château vient d'ouvrir une boutique l'été dernier. Sur place sont proposés aux visiteurs les vieux millésimes qui ne se trouvent plus dans la distribution : 2005, 2000, 1996, 1990 et 1988. Des vins à leur apogée.



## Un 2003 humanitaire

**L**e 18 avril 2014, quelques magnums du château Le Puy 2003 seront vendus aux enchères à l'ambassade de France à Tokyo en faveur des victimes du tsunami. « C'est une façon de remercier ce pays qui nous a rendus célèbres », témoigne Pascal Amoreau, fils du

propriétaire. Un manga, « Les Gouttes de Dieu » a immortalisé ce domaine des Cotes des Francs en sacrant le millésime 2003 l'un des meilleurs au monde. Au fur et à mesure des traductions, le domaine gagne de nouveaux clients étrangers sans pour autant augmenter ses prix!



## QUESTIONS POUR UN CHAMPION

### sublime

(200 bouteilles de champagne)

### Adélaïde

(124 bouteilles de champagne,  
le seul à posséder une majuscule)

### melchidéséch 30 l

(ou melchidézec)  
(40 bouteilles de champagne)

### primat

(36 bouteilles de champagne)

### souverain 26,25 l

(35 bouteilles de champagne)

### salomon 18 l (24 bouteilles)

### nabuchodonosor 15 l

(20 bouteilles)

### balthazar 12 l (16 bouteilles)

### salmanazar 9 l (12 bouteilles)

### mathusalem

ou impériale dans le Bordelais 6 l  
(8 bouteilles)

### réhoboam 4,5 l (6 bouteilles)

### jéroboam 3 l (4 bouteilles)

### marie-jeanne 3 l

(4 bouteilles de bordeaux)

### magnum 1,5 l (2 bouteilles de 0,75 cl)



salomons (18l). Impressionnant! « La clientèle japonaise recherche les bouteilles de ce domaine très célèbre au Japon depuis la publication du manga « Les Gouttes de Dieu », justifie Pierre, vendeur chez Lavinia. D'autant que les magnums de ce domaine des Côtes des Francs font partie des premiers prix. Sur le mur arrière, exposées à l'abri des spots, patientent les caisses en bois qui contiennent des flacons aux noms illustres comme ce mathusalem (6l) du château d'Yquem 1995 à 3500€. En permanence, trônent les jéroboams de célèbres maisons champenoises: Roederer, Krug, Dom Pérignon, etc. La grande distribution, pour sa part, a opté, comme souvent, pour la stratégie des promos. « Plus d'un magnum de champagne sur deux (53%) vendu en supermarchés l'est par ce biais et l'essentiel des ventes se réalise en fin d'année », remarque Emmanuel Gabriot, acheteur vins et spiritueux pour Monoprix.



Le rosé, comme celui du château Peyrassol, aime l'extravagance et aligne les grands formats aux airs de fête.

## Des grands formats à petits prix

« Si d'Yquem fait des jéroboams, pourquoi pas nous ? », interroge Eddy Oosterlinck, avec humour, car, bien sûr, les prix de ses coteaux-du-layon sont imbattables. La cuvée phare du domaine Juchepie Les Quarts 2010 se vend en magnum 60€, en jéroboam 115€ (stock de 12), en mathusalem 298€ (seulement 6), et en salmanazar 498€ (il n'y en a que 3 au monde). C'est à Faye d'Anjou qu'on se procure directement les cuvées à faire vieillir en grands contenants.

Le couple de Belges, Eddy et Mileine Oosterlinck, propriétaires de sept hectares de chenin travaillent en biodynamie depuis 1995. Le succès de leurs vins tient au bouche-à-oreille. Les rendements sont faibles. Les vendanges manuelles. Ils ont acheté de petits pressoirs verticaux pour presser lentement en 24 heures. La fermentation s'opère en barriques de chêne. L'élevage sur lies peut durer entre dix et dix-huit mois.

Les flacons géants sont une spécialité champenoise. Dans l'Aube, la maison Drappier est la seule à proposer onze flacons de tailles différentes pour son Carte d'Or.

### La folie Balthazar

Leur histoire est savoureuse. C'est un client qui a poussé la marque à créer de très grandes bouteilles. Il s'appelait, ça ne s'invente pas,

## LE DÉBOUCHAGE ET LE SERVICE DE CES GÉANTES S'APPARENTENT À UNE ÉPREUVE.

Monsieur Balthazar. Dans les années 1970, ce chirurgien girondin avait pris l'habitude de fêter son anniversaire en invitant sa famille et ses amis à déboucher un balthazar de 12 litres (soit 16 bouteilles). Dans les années 1980, la famille s'agrandissant, le client fétiche demande un plus gros contenant à Michel Drappier qui lance alors un nabuchodonosor (20 bouteilles), puis, en 1992, un salomon (24 bouteilles), en 1995, un primat (36 bouteilles) et enfin, en 2000, le melchisédech (40 bouteilles). « Michel Drappier a alors annoncé à son client qu'il n'irait pas plus loin... Et l'ironie de la vie a fait que M. Balthazar est décédé avant d'avoir pu boire ce premier melchisédech, car, entre le moment où la décision est prise et celui où la bouteille est commercialisée, il se passe trois ans ! », relate Philippe Verrier. En effet, Drappier ne transvase pas. La seconde fermentation a lieu dans les bouteilles : de la demi au melchisédech. Les flacons sont fabriqués de manière

artisanale par un verrier en Italie. Ils coûtent 1300€ (melchisédech), 1000€ (primat) et 500€ (salomon). Du coup, histoire de rentabiliser leur investissement, les maisons transforment parfois l'ouverture d'un mathusalem ou d'un réhoboam en événement. Ainsi Drappier a présenté pour la première fois à Vinexpo en 2013 un nouveau système, le Vcarter, imaginé par le designer Carmelo di Giorgio, pour servir avec ses poids lourds.

Le débouchage de ces géantes s'apparente souvent à une épreuve. « Avec un tire-bouchon classique, elles s'ouvrent, étape par étape, lentement », garantit un sommelier. Le service est un autre travail d'Hercule. Ainsi, Pascal Amoreau du château Le Puy défie quiconque de servir avec un flacon de 18 litres : « Je conseille à mes clients soit de coucher la bouteille et de mettre un robinet façon bag in box, soit de verser le vin dans plusieurs carafes. » Comme quoi, la grandeur appelle le nombre. ■