

**Sacha Lichine**

# L'HOMME QUI FAIT CONNAÎTRE LE ROSÉ AUX AMÉRICAINS

Au château d'Esclans, en Provence, ce producteur de 58 ans a fait de son vin l'une des marques françaises les plus vendues aux Etats-Unis.

De notre envoyée spéciale dans le Var **Anne-Sophie Lechevallier**

[@aslechevallier](#)



« **A**u début, les gens ont pensé que j'étais complètement cinglé, que j'avais passé trop de temps aux Etats-Unis », se souvient Sacha Lichine. Quand, en 2006, le fils du « pape du vin » a racheté le Château d'Esclans, à quelques kilomètres de Fréjus, le petit monde du vin s'est étranglé. Mais pourquoi avoir revendu le prestigieux Château Prieuré-Lichine, dans l'appellation Margaux, pour se mettre à produire dans le Var du rosé, cette couleur à laquelle les guides ne consacrent même pas un chapitre ? Treize ans plus tard, il fabrique cinq vins (de 20 à 100 euros la bouteille) AOP Côtes de Provence, exporte 96 % de ses 6 millions de bouteilles et réalise un chiffre d'affaires annuel de 70 millions d'euros. Son produit phare, le rosé Whispering Angel, est devenu en 2016 le premier vin français vendu aux Etats-Unis en valeur, hors champagnes et mousseux, selon un rapport Nielsen. Une première pour cette couleur.

L'idée est venue à Sacha Lichine aux Etats-Unis, pays où il a vécu plus de vingt ans, lorsqu'il a remarqué que des blancs légers supplantaient les « cépages plus lourds de chardonnay » et que le champagne rosé plaisait. « Je me suis dit que, si les gens payaient parfois plus cher du champagne rosé que du blanc, ils devaient être prêts à un rosé de grande qualité. » Après avoir visité 42 domaines, il rachète celui d'Esclans, ses 267 hectares et sa propriété d'inspi-

ration toscane où le bleu des hortensias est assorti à celui des volets. Celui qui a exercé presque tous les métiers du vin – de sommelier à négociant – convainc l'œnologue Patrick Léon, ex-collaborateur de son père et ancien directeur de Château Mouton Rothschild, de le rejoindre. « L'herbe était plus haute que la vigne. Il a fallu gagner une course

## UN MARKETING CALQUÉ SUR CELUI DU CHAMPAGNE

contre l'oxydation après les vendanges afin de garder le raisin intact par plus de 30 °C, ce qu'ont permis les technologies modernes. » Reste à lui trouver un nom et à le vendre. Les deux chérubins sculptés au-dessus de l'autel de la chapelle du château – où il s'est marié – lui inspirent Whispering Angel. Sacha Lichine, sa femme et trois de ses enfants partent s'installer à Chicago. « Convaincre les cafés, hôtels et restaurants de vendre au verre du rosé sec fut un travail monstrueux. Mais je suis

convaincu que le marché américain est le point de départ d'une marque mondiale », affirme-t-il dans des phrases où s'entremêlent l'anglais et le français.

Avec un marketing calqué sur celui du champagne, des événements dans des lieux chics, l'arrivée du couple Jolie-Pitt dans le secteur, des concurrents comme Minuty ou Ott, la catégorie a fini par s'imposer. « Le prix de l'hectolitre en vrac de l'AOP Côtes de Provence est passé de 90 euros en 2006 à 360 euros cette année », remarque Sacha Lichine. Il n'a eu de cesse d'accroître sa production et achète « l'équivalent de 1000 hectares de raisin aux coopérateurs et propriétaires de terres alentours », vendangés au château. Une fois, il a bien failli tout abandonner. Condamné en correctionnelle pour avoir inscrit abusivement « grand vin » sur ses étiquettes, il était « vexé », dit aujourd'hui l'homme, qui partage son temps entre la Provence et Genève. Cet automne, il a prévu un voyage aux Etats-Unis, côte ouest, à Santa Barbara et Malibu, deux étapes de la route des vins de Californie, pour « repérer des terrains ». ■

## Une couleur à la mode

Bien que séparé, le couple formé par Brad Pitt et Angelina Jolie continue de faire fabriquer son rosé au château de Miraval, dans le Var. En mai dernier, LVMH a acheté le château du Galoupet, dans le Var également. Pour le groupe de luxe, c'est une première dans le vignoble provençal et dans cette couleur de vin. Le rosé s'est peu à peu fait une place. Apprécié par les « millennials », sa consommation mondiale a bondi de 28 % entre 2002 et 2017, selon l'Observatoire mondial des vins rosés. Au point que le marché est tendu et que la production, parfois perturbée par le climat ou le mildiou, peine à suivre la demande. En France, les rosés sont même passés devant les blancs dans la consommation de vins tranquilles (sans bulles). Les rosés secs à la robe rose pâle s'exportent aux Etats-Unis : « Ils sont en très forte croissance, avec la France positionnée comme leader grâce aux vins de Provence, mais aussi aux vignobles français reconnus dans leur production de rosé », relève FranceAgriMer. **A-SL**

