

**DOM PÉRIGNON**  
CHAMPAGNE 2000

Le plus médiatique et le plus rentable  
des champagnes du groupe LVMH

Prix de revient par bouteille :

**22,28 euros\***

Tarif chez le caviste :

**129 euros**

Différence :

**106,72 euros**

**PETRUS**

**POMEROL 2005**

L'un des bordeaux mythiques,  
propriété de la famille Moueix

Prix de revient par bouteille :

**30 euros\***

Tarif chez le caviste :

**4 500 euros**

Différence :

**4 470 euros**

**DOMAINE ROUMIER**  
MUSIGNY GC 2006

Le plus rare des musignys est  
aujourd'hui un vin culte aux États-Unis

Prix de revient par bouteille :

**30 euros\***

Tarif chez le caviste :

**1 500 euros**

Différence :

**1 470 euros**

**CHÂTEAU CARPENET**  
AOC BORDEAUX 2006

Une bouteille représentative du  
simple bordeaux vendu en hyper

Prix de revient par bouteille :

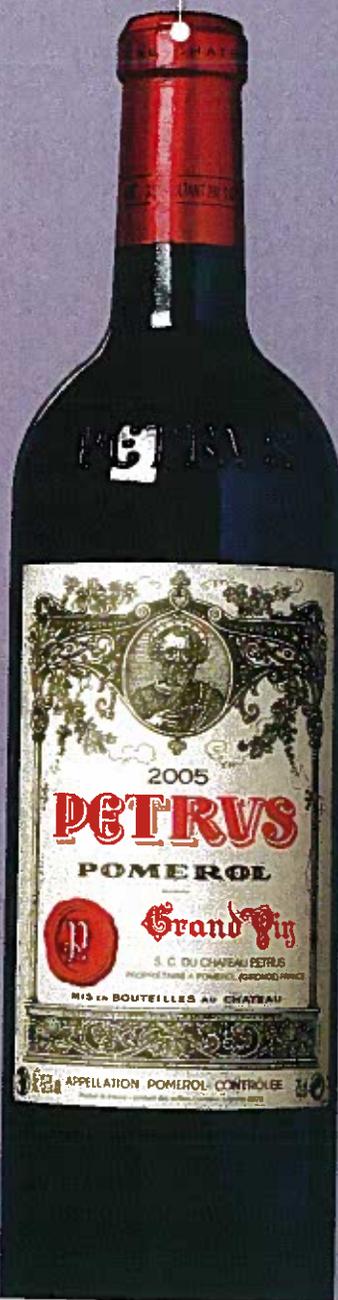
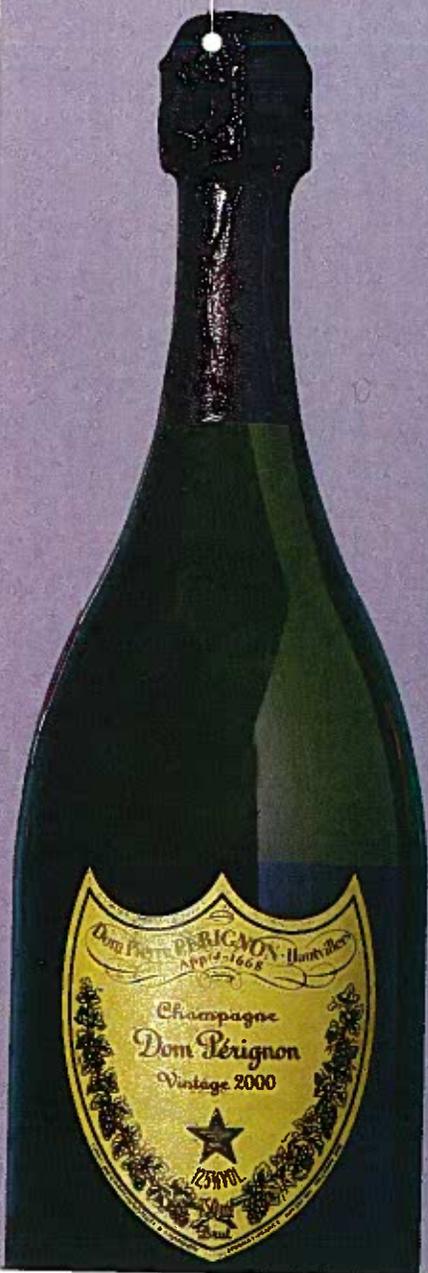
**1,38 euro\***

Prix de vente en hyper :

**1,86 euro**

Différence :

**0,48 euro**



# Le véritable prix des grandes bouteilles

Pourquoi le prix de vente des plus grands vins est-il si éloigné de leur coût réel de production ? Quels sont les mécanismes en jeu ? Qui perçoit la différence ? La RVF a mené une passionnante enquête. **PAR JÉRÔME BAUDOUIN**

**É**tonnante époque que la nôtre. Fin 2008, le monde s'enfonçait dans la crise économique et la récession. Au même moment, certains amateurs de vins recevaient leurs premiers crus classés de Bordeaux 2005. Des vins achetés en primeur jusqu'à 800 € la bouteille ! Des prix sans aucun rapport avec le coût de production réel de ces crus devenus des objets de spéculation, au même titre que les étincelantes sculptures signées Jeff Koons.

Il nous a semblé intéressant de tenter de comprendre comment les grandes étiquettes pouvaient atteindre des tarifs aussi prohibitifs. Pour démontrer ce mécanisme, nous avons choisi quatre bouteilles. D'un côté, trois crus choisis parmi les plus fameux, issus de trois grands vignobles : Petrus 2005 (Pomerol), Dom Pérignon 2000 (Champagne) et le rare musigny 2006 du domaine Georges Roumier (Bourgogne). De l'autre, nous avons retenu un "petit" bordeaux vendu 1,86 € en supermarché.

L'intérêt de la démonstration doit beaucoup à la diversité des exemples choisis. Prenons les

trois grandes cuvées : selon le type de vin, la taille de la propriété, le mode de distribution et les investissements marketing engagés, les rentabilités sont très différentes. Moët & Chandon augmente ses bénéfices grâce aux volumes de bouteilles de Dom Pérignon produites. La maison Moueix assure l'exclusivité de la commercialisation de Petrus et récupère le produit de la spéculation qui entoure le cru. À l'inverse, malgré un prix de vente délirant, Christophe Roumier, du domaine Georges Roumier, ne profite guère du succès de son vin. Son musigny est produit en trop faible quantité et le domaine ne contrôle pas la spéculation. Trois vins, trois logiques économiques qui s'opposent au modèle beaucoup plus tendu du modeste Château Carpenet, représentatif de la majorité du vignoble.

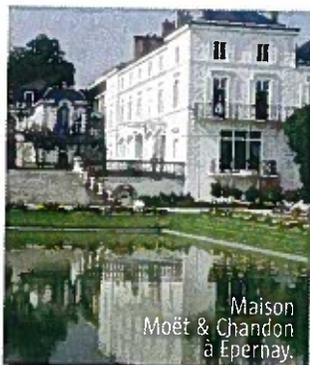
“ Comme les sculptures étincelantes de Jeff Koons. ”

## Champagne Dom Pérignon 2000 La pépite de Moët & Chandon

**Avec une production estimée à cinq millions de bouteilles** par millésime, la cuvée Dom Pérignon est la marque la plus rentable de Moët & Chandon (groupe LVMH), une pépite que le groupe champenois valorise avec intelligence. À la tête d'un foncier de plus de 1 100 hectares (renforcé par les annexions des vignobles Lanson et Pommery), Moët & Chandon dispose d'une source d'approvisionnement inestimable, dont des parcelles sur les meilleurs grands crus, ce qui lui permet d'obtenir des raisins de belle qualité à un prix bien inférieur à celui que paient les marques contraintes d'acheter leurs raisins auprès de vigneronniers extérieurs. Il n'est pas aisé d'évaluer le coût de production de ce grand vin. Moët & Chandon n'a produit que



Dom Pérignon, une marque valorisée avec intelligence par Moët & Chandon.



Maison Moët & Chandon à Epernay.

**La production des vins sélectionnés :**

**Dom Pérignon**

● 5 millions de bouteilles par millésime

**Petrus**

● 32 000 bouteilles par an

**Musigny du domaine Georges Roumier**

● 450 bouteilles par an

**Château Carpenet**

● 35 000 bouteilles par an

●●● sept millésimes de Dom Pérignon entre 1991 et 2000. La maison mère tient compte en effet des aléas climatiques. D'autre part, seules les meilleures parcelles entrent dans son élaboration. On peut toutefois estimer que le coût de production pour environ 8 800 bouteilles produites à l'hectare est de l'ordre de 2,30 € la bouteille (rendement moyen : 65 hl/ha). À cela, il faut ajouter l'amortissement du foncier. Un hectare de vigne en grand cru en Champagne vaut près d'un million d'euros (prix moyen au cours des dix dernières années). Soit un amortissement de 2,30 € par bouteille sur cinquante ans. Soit un prix de revient de 4,60 € par bouteille auquel s'ajoutent les coûts de vinification et de mise en bouteille (2 € par bouteille).

**Un puissant marketing**

À ces 6,60 €, il faut ajouter le coût des sept années de vieillissement obligatoires avant la mise en vente de cette cuvée de prestige. Ce coût est calculé sur la base du prix de revient auquel il faut ajouter 5 % d'intérêt par an, soit une majoration de 2,68 € et un total de 9,28 € par

Avec entre 25 et 50 millions d'euros dépensés en marketing, Dom Pérignon peut s'offrir Claudia Schiffer et Karl Lagerfeld comme ambassadeurs.

bouteille. Mais ce prix ne représente que le coût de production. Suivent les charges annexes : frais généraux, administratifs, comptables, frais de commercialisation, charges sociales (Moët & Chandon emploie 1 100 salariés). Soit environ 3 € par bouteille. Et ce n'est pas fini : viennent ensuite les

“ Une bouteille de Dom Pérignon coûte entre 17,28 € et 22,28 €. ”



coûts marketing de cette marque mondiale qui réquisitionne Claudia Schiffer et Karl Lagerfeld pour sa promotion. Combien ? Les multinationales du vin et spiritueux dépensent en moyenne 10 % de leur chiffre d'affaires pour le marketing d'une marque. Un budget qui reviendrait entre 25 et 50 millions d'euros par millésime de Dom Pérignon, soit de 5 à 10 € par bouteille !

**Des bénéfices énormes**

Toutes ces données mises bout à bout, une bouteille de Dom Pérignon coûte donc entre 17,28 € et 22,28 €. Or, le flacon est vendu 129 € chez les cavistes (prix de vente conseillé). Si l'on soustrait à cette somme la TVA et la marge du détaillant, la bouteille quitte Épernay aux alentours de 75 €. Moins le prix de revient, l'impôt et les taxes, le bénéfice net de Moët & Chandon peut être estimé entre 33 et 38 € par bouteille. Soit 165 à 190 millions d'euros par millésime. Soit un bénéfice annuel estimé de 115 à 133 millions d'euros. Sans compter la part de l'État, l'autre bénéficiaire de l'opération !

**Dans les années 40, les grands crus subissaient déjà la spéculation**

Vendus 100 €, 200 €, 500 € la bouteille, les grands crus semblent déconnectés de la réalité. Surtout si l'on compare leurs prix avec le salaire médian d'un employé français — environ 1 400 € en 2006, selon l'Insee. À observer la courbe des prix moyens des premiers crus classés de Bordeaux entre 1994 et 2007, on pourrait même croire que les grands vins n'ont jamais été aussi chers. Or, l'histoire démontre le contraire. En 1943, par exemple, en pleine Seconde Guerre mondiale, Château d'Yquem était estimé 130 000 anciens francs le tonneau en primeur, ce qui représente 108 anciens francs la bouteille, en sortie de chai et avant commercialisation. Les diverses taxes et les marges des intermédiaires (négociants, com-

merçants) additionnées, la bouteille était donc vendue aux amateurs environ 250 anciens francs. Or, selon les archives de la Statistique générale de France, l'ancêtre de l'Insee, le salaire mensuel moyen d'un ouvrier s'élevait à 1 500 anciens francs. Une bouteille de château d'Yquem valait donc un sixième du salaire d'un ouvrier. Et les premiers crus classés se négociaient le double, voire le triple au marché noir ! Aujourd'hui, la situation est très comparable : sur les cinq dernières années, le prix moyen d'un cru classé de Bordeaux avoisine en effet les 200 euros. Conclusion : la spéculation frappait déjà les crus prestigieux il y a soixante ans, même si les ressorts étaient différents.

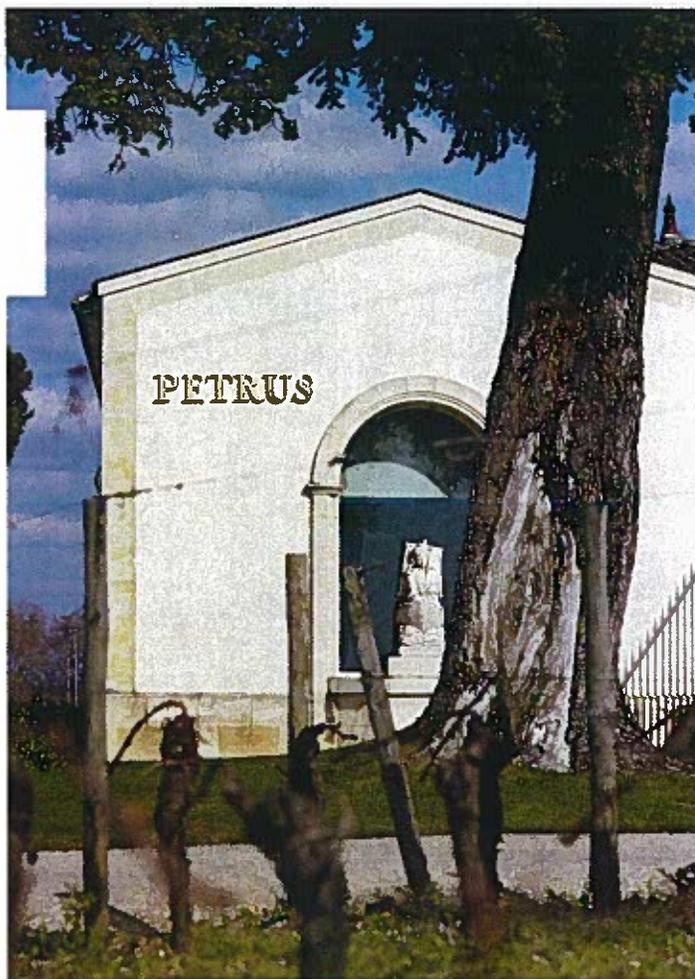
J. B.

## Pomerol Petrus 2005 Le trésor des Moueix

Vin le plus célèbre du monde, Petrus ne publie aucun compte. Et pour cause ! Sorti à 450 € en primeur (prix particuliers hors taxe), Petrus 2005 est aujourd'hui vendu 4 500 € chez certains cavistes. Produit à 30 000 bouteilles par an en moyenne, c'est une rareté comparée à Dom Pérignon, et un diamant pour la famille Moueix, propriétaire du domaine. Le vignoble est modeste : 11,4 hectares. Si l'on reprend les grilles de calcul des économistes de l'École nationale des ingénieurs des travaux agricoles de Bordeaux, la production dans ce type de vigne représente un coût d'environ 12 700 €/ha. Considérons que Petrus est particulièrement choyé (15 000 €/ha), soit 5,70 € par bouteille. Bon point pour les propriétaires, le foncier, hors bâtiments, est déjà largement amorti. En revanche, le chai et le réfectoire de Petrus, créé en 2002 par les architectes Herzog et De Meuron (les concepteurs du Nid d'Oiseau, le stade olympique de Pékin) et dont le coût est estimé à plusieurs millions d'euros, doit être ajouté.

### Peu de communication

Les coûts de vinification et d'élevage représentent une somme supplémentaire d'environ 4 € par bouteille. Enfin, la mise en bouteille représente un coût assez élevé pour Petrus, par rapport à d'autres crus. La bouteille gravée est produite en petite quantité, l'étiquette, bardée comme un billet de banque de systèmes très sophistiqués



pour empêcher toute reproduction illicite, coûte cher, car tirée à peu d'exemplaires. Ce poste à lui seul représenterait entre 8 et 10 € par bouteille, soit un coût total de production estimé entre 17,70 € et 19,70 €.

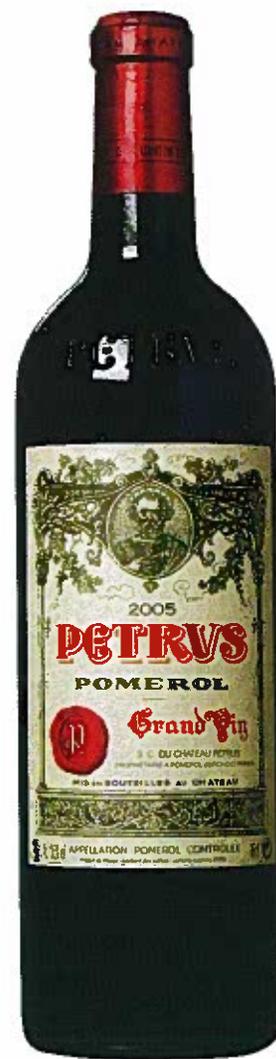
Viennent ensuite les charges annexes (frais généraux, administratifs, comptables, frais de commercialisation, de communication, charges sociales et fermages). Les établissements J.-P. Moueix qui gèrent Petrus emploient 120 salariés, ce qui est énorme dans la région. Mais le personnel employé pour tailler les vignes à Petrus officie aussi à Magdelaine ou à La Fleur-Pétrus, autres propriétés de la famille Moueix. Quant à la publicité sur Petrus, elle est des plus réduites, la rareté du vin étant sa meilleure carte de visite.

La discrétion légendaire des Moueix sur leur trésor de guerre rend difficile toute mesure. Toutefois, selon nos estimations, la bouteille de Petrus 2005 a coûté près de 30 € hors taxe, sans l'amortissement du réfectoire d'Herzog et De Meuron. Un chiffre confirmé par Christian Moueix.

### Plus-value boostée

Autre particularité : étant à la fois propriétaires et négociants, les Moueix possèdent l'exclusivité de la commercialisation de Petrus. Ils s'exonèrent ainsi de 20 à 30 % de commission ponctionnés par les négociants. Seul bémol à ce modèle fabuleux : tous les millésimes ne sont pas aussi cotés que 2005 et aucun autre cru des Moueix n'est aussi rentable que Petrus. ●●●

Nouveau réfectoire et chai flambant neuf (photo) valorisent le célèbre cru de Pomerol.



Pour décourager les faussaires, les Moueix dépensent entre 8 et 10 € lors de chaque mise en bouteille de Petrus.



Musigny grand cru du domaine Georges Roumier, un joyau introuvable.

## Musigny grand cru Domaine Georges Roumier 2006

### Le prix de la rareté

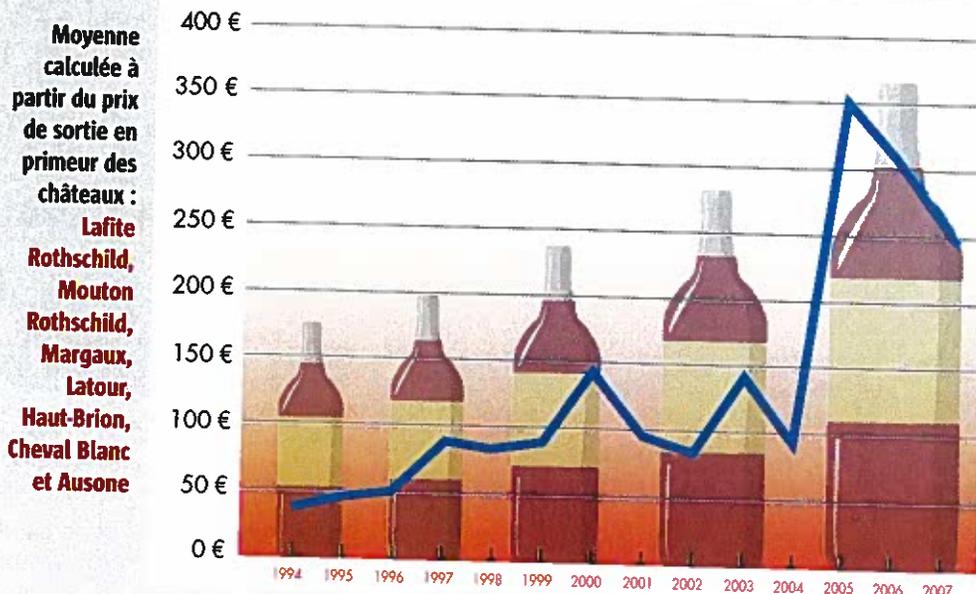
C'est le plus rare des vins présentés dans notre enquête. Ce musigny grand cru élaboré par le domaine Georges Roumier est produit à 450 bouteilles par an. Si le domaine de 12 ha est propriétaire de la majeure partie de son vignoble, il est en revanche fermier de la parcelle de Musigny grand cru qui représente seulement... 1 000 mètres carrés ! La propriété emploie sept personnes à plein temps réparties entre la cave et la vigne. Compte tenu du soin apporté à la vigne par Christophe Roumier et ses employés, le coût de production du raisin revient à environ



Propriétaire de son domaine, Christophe Roumier n'est que le fermier de la parcelle de Musigny grand cru.

“ Poutant vendu 1 500 euros chez les cavistes, ce musigny grand cru n'enrichit que marginalement le vigneron qui le produit. ”

## Prix des premiers crus classés de Bordeaux Jusqu'où vont-il grimper ?



5,50 € la bouteille. Le coût de fermage représente aussi une somme substantielle. Selon Christophe Roumier lui-même, celui-ci s'élèverait, pour le millésime 2006, à 11,30 € par bouteille. Il faut aussi ajouter le coût de la vinification et de l'élevage (environ seize mois en fûts, dont un tiers est neuf) et l'embouteillage. Au final, ce poste revient à environ 3,50 € par bouteille. Au total, le coût de production d'une bouteille de musigny grand cru revient donc à 20,30 € environ.

### Charges sociales élevées

Mais attention ! À ce prix, il faut additionner les charges annexes : frais généraux, administratifs, comptables, frais de commercialisation et des charges sociales importantes



Le musigny représente 1 % de la production du domaine.

compte tenu du nombre de salariés pour 12 ha. Ces charges annexes ainsi que les coûts de vinification sont les mêmes pour tous les vins produits par le domaine Georges Roumier. Ces charges représentent environ 3,50 € par bouteille produite. Le total avoisine donc 23,80 € par flacon de musigny.

### Un gain très modeste

À cette somme, il faut encore ajouter les charges fiscalement non incorporables : emprunts, découverts, agios des fournisseurs, etc. qui font grimper la bouteille aux confins de 30 €. Le musigny grand cru quitte la propriété à 150 € hors taxe (moyenne estimée des différents tarifs pratiqués par le domaine : particulier, export, caviste, restauration, etc.). Soit, selon nos calculs, 120 € de marge. Mais ce musigny ne représente que 1 % de la production du domaine. Si l'on déduit les impôts et taxes, la marge nette dégringole à moins de 78 € par bouteille, soit 35 100 € pour ces 450 bouteilles légendaires. Une somme dérisoire, puisqu'un musigny signé Roumier se négocie ensuite 1 500 € chez les cavistes. Mais alors, pourquoi ne vend-il pas lui-même son musigny plus cher ? Parce que sa production est très réduite et que la vente de vin, en Bourgogne, est basée sur la fidélité. Si Christophe Roumier multipliait le prix de son musigny par dix, tous ses clients habitués à en recevoir une bouteille par an depuis des années hurleraient à la trahison.

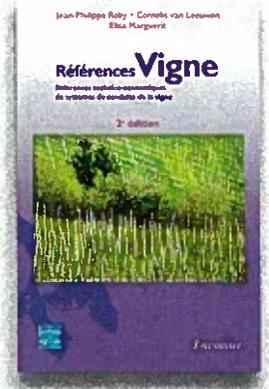
## Tout savoir sur les coûts de production

L'analyse des coûts de production des quatre crus de notre enquête a été réalisée grâce à l'ouvrage de Jean-Philippe Roby, Cornelis van Leeuwen et Elisa Marguerit, *Références Vigne*. Dans cette deuxième édition, les trois chercheurs de l'École nationale des ingénieurs des travaux agricoles détaillent les coûts engendrés par la production de raisin, depuis la plantation de la vigne jusqu'à la vendange. Pour cela, ils prennent en compte les différents modes de culture (mécanisation complète, désherbage, vendange à la main ou à la machine, agriculture biologique, vignes palissées ou en gobelet...) pratiqués dans le vignoble français. Ils mettent également en avant les moyens de production et leurs coûts (bâtiments, engins agricoles, main-d'œuvre, foncier, coûts de traitement des effluents...). Enfin, il dressent le profil de sept types de vignobles correspondant à sept grands modèles que l'on rencontre couramment dans l'Hexagone. On apprend ainsi qu'une vigne palissée, traitée chimiquement et

d'une densité de plantation inférieure à 4 000 pieds par hectare, revient en moyenne à 4 232 € par hectare et par an, alors qu'une vigne palissée et labourée, vendangée à la main, d'une densité de plantation supérieure à 7 000 pieds/ha revient à 12 746 € par hectare et par an. Un coût qui peut augmenter si le vigneron passe plus de temps dans ses vignes et travaille en "bio".

Cet ouvrage remarquable est une véritable bible pour tous ceux qui doivent estimer les coûts d'un vignoble (viticulteur, directeur d'exploitation, banquier, chercheur, assureur...). Bémol, il ne prend pas en compte les coûts de vinification, d'élevage, ni de mise en bouteille. J. B.

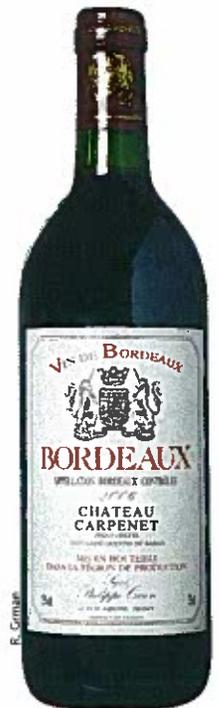
*Références Vigne*, Lavoisier (50 €)



## Bordeaux Château Carpenet 2006 Un petit bordeaux aux marges serrées

À titre de comparaison, nous avons choisi ce cru découvert dans les rayons d'un magasin E.Leclerc de la région bordelaise. Destiné à attirer le chaland, Château Carpenet est un produit d'appel vendu à 1,86 € la bouteille de 2006. Et s'il provient effectivement de la propriété, ce bordeaux générique est en fait mis en bouteille et commercialisé par le groupe bordelais Castel. Ce dernier a acheté le vin en vrac à 1 000 € le tonneau, soit 0,83 € les 75 cl à M. et Mme Priat, propriétaires de ce domaine de dix hectares. Une somme qui

couvre à peine leurs coûts de production, depuis la vigne jusqu'à la vinification. De son côté, le géant mondial Castel, qui gère d'énormes volumes (ce qui dilue les charges), supporte la mise en bouteille, la commercialisation et les charges qui en découlent, soit un coût d'environ 0,55 € par bouteille. Celle-ci revient donc à 1,38 € hors taxe. Sur ce type de produits, la marge est très mince, aussi bien pour le négociant, qui doit revendre ce cru environ 1,50 € hors taxe, que pour le supermarché qui décide de le mettre en rayon. ●



Château Carpenet, un bordeaux générique commercialisé par le groupe Castel.