

le Vin, le Rouge, la Chine

葡萄酒，红色，中国

le vin de Bordeaux et de France, et les Chinois



Textes et photos de Laurence Lemaire

Sirène Production Edition

L'IFL In France Limited

Somalina Nguon, David Guillon et Jérôme Arbault



L'IFL est une société de service spécialisée dans l'acquisition de belles demeures et châteaux par une clientèle asiatique. Elle a fêté ses 20 ans en 2019.

Somalina a fondé IFL en 1999 ; elle vit entre Hong Kong et Paris et elle source les propriétés dans toute la France. David est expert en Châteaux et vignobles ; il est propriétaire de Château Rozier dans le Sud de la France. Jérôme vit à Hong Kong et développe le réseau de clients et partenaires asiatiques.

Que souhaitent les nouveaux acheteurs du vignoble bordelais ? « *Plusieurs types de clients Chinois viennent nous voir, expliquent-ils. Des particuliers qui souhaitent acquérir de petites propriétés de 5 millions d'euros ou de grosses compagnies cotées en bourse qui ont 200 millions d'euros à investir. IFL existe depuis 20 ans. C'est une société de service ayant pour vocation l'assistance technique, logistique et linguistique pour accompagner des étrangers qui souhaitent investir en France. A Hong Kong, nos clients veulent principalement des Châteaux viticoles dans la région de Bordeaux. Le livre de Roger Dion, Histoire de la vigne et du vin, explique pourquoi certains vins sont mieux vendus que d'autres à l'étranger, pourquoi le terroir est un fait social et non géologique. Les Chinois associent encore maintenant le vin rouge à Bordeaux. On parle de luxe et d'excellence, d'image de la France ; son vin en fait partie.* »

Nous sommes des sourceurs plus que des banquiers. La Chine fonctionne avec le wǎng, le réseau ; nos partenaires, nos clients, notre réseau d'amis et de professionnels ont renforcé notre réputation. » Voici ce que dit mon amie pékinoise sur la notion de réseau : « *La clé en Chine c'est de ne jamais engager des gens sans recommandation ; la personne, à qui on devra éventuellement rendre des comptes, ne doit pas perdre la face ; s'il n'est pas recommandé, le Chinois n'a rien à perdre à être malhonnête. Si je recommande quelqu'un de mauvais, la personne va se dire que je lui veux du mal ou va se demander quelle était la combine. Nous devons être sûrs des gens que nous recommandons ! C'est différent en France : si tu présentes quelqu'un qui s'avère être nul, il y aura un froid pendant une semaine mais l'amitié ne sera pas altérée pour autant. En Chine, tu ne donnes ton adresse qu'à une personne de confiance ; ta maison est un secret, c'est ton monde, ta pudeur, ton intimité ; elle est ouverte aux confidents. C'est pour cela que les fenêtres regardent la cour et non l'extérieur.* »

« *Le silence est un ami qui ne trahit jamais.* » disait Confucius.

La Safer

En France, chaque commune a son **plan local d'urbanisme** précis. Ce plan indique ce qui est "protégé" dans la propriété en vente (dans la flore et dans les bâtis), les possibilités de construction ou d'agrandissement des bâtiments, de plantation de cépages ou d'arrachage de vignes. Si la vente d'un domaine viticole est traitée par la Safer, celle-ci oblige le futur acquéreur à conserver les terres en surfaces agricoles ; l'acquéreur pourra garder la vigne ou

pas, planter du blé ou du maïs...à son choix. Cette obligation est valable dix ans. Un vignoble ne peut pas être transformé en Disney-land ou en golf.

La **Safer** est la société française d'aménagement foncier et d'établissement rural. « *Elle favorise les projets viticoles et l'emploi local, explique Jérôme. Son rôle, à sa création, était de remembrer les parcelles de vignes : au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, le général de Gaulle souhaitait que la France soit auto suffisante du point de vue alimentaire, avec une agriculture moderne. Comme on ne peut pas faire de mécanisation sur des petites parcelles de 50 ares, il a obligé les uns à vendre aux autres pour créer des entités agricoles plus grandes et économiquement plus efficaces.* » La Safer joue un rôle clé dans les transactions viticoles car les vendeurs ont l'obligation légale de l'informer de la mise en vente de leur domaine. Elle est la première au courant ! Théoriquement.

Certains clients Chinois veulent juste un beau château, un vignoble, une étiquette à leur nom ; un autre a déjà un réseau de distribution en Chine et par l'achat d'un domaine, il produira et alimentera son réseau. De toute façon, c'est chic d'avoir un château en France. « *Effectivement, au-delà de l'aspect commercial d'une acquisition, avoir son vignoble représente "la crème de la crème". Qui ne rêve pas d'avoir un château en France ? Le client Chinois peut se targuer de faire partie des "happy few" ayant accès à ce type privilégié de bien* ».

« *Nous ne faisons pas visiter à n'importe qui, explique David. La question c'est : pourquoi voulez-vous faire une acquisition de vignoble ? Ça peut être : j'ai hérité, je suis devenu riche, ou je suis un professionnel du vin installé en Chine, ou je suis une entreprise d'Etat et j'ai besoin de diversifier mes actifs dans l'immobilier de long terme, ou encore je suis un groupe chinois à la tête d'une réserve de cash colossal et je veux me faire plaisir. Je leur demande quel genre d'appellation il préfère, le style du château, sa localité... Et en général, le Chinois ne sait pas répondre à mes questions. Donc nous l'accompagnons. Si le vin est déjà sa passion, comme le mode de vie à la française, s'il aime le travail artisanal, les belles choses, s'il accepte un bénéfice différé et une transmission aux générations futures... On peut passer au stade suivant. Le Chinois a besoin de recréer le luxe, le rapport à l'élégance, au raffinement. Sa culture a été violemment éradiqué ces 30 dernières années. En achetant un domaine viticole, il est ainsi propriétaire de la source du produit. Et le vin de Bordeaux c'est un rêve devenu accessible. Le vin c'est l'association de la terre, de la nature et de la main de l'homme.*

La nouveauté pour le Chinois aisé c'est l'utilisation de ses capitaux ; dès qu'il le peut, il investit dans un appartement à Hong Kong, Sydney ou Londres, il envoie les enfants faire des études à l'étranger ; puis vient la possibilité d'acheter pour le plaisir, et pourquoi pas un vignoble bordelais ? Ainsi, il sort son argent de Chine continentale ; il tente d'assurer la gestion de ses capitaux. Le Hongkongais, qui a toujours été libre de ses mouvements financiers, n'a pas cette démarche ; il achète en France depuis 1996 au moins. ».

Il y a eu une vague d'éventuels acheteurs Chinois : des curieux sans véritable projet. Depuis, IFL fait signer des accords de confidentialité, des lettres d'intention, des POF (**Proof of Fund**) : preuve de solvabilité certifiées par la banque et un mandat de recherche. « *Grâce à notre réseau et sa sélection, nous travaillons pour des investisseurs qui ont un réel intérêt pour le vignoble ; ils n'achètent pas sur photos. Certains ont fait leurs études en France ; c'est important pour le vendeur d'apprécier l'acquéreur. Ce sont des businessmen qui*

étudient le coût d'investissement, la rentabilité, qui savent que l'étiquette bordelaise est source de profit. Le courant doit passer entre eux et le vendeur car ce n'est pas une vente de jet privé ou de yacht. » Les deux parties restent généralement très discrètes sur leur transaction. Vendre peut rendre dépressif ; dans le bordelais ont dit que 'rien n'est à vendre mais ça dépend du prix'. Pour un Chinois, montrer sa réussite en Chine est une tradition ; en France, il reste discret. La plupart a vécu sous le régime communiste.

« On est sur deux mondes très différents, précise David : un Français est propriétaire d'un château depuis plusieurs générations. Les enfants ne souhaitent pas reprendre l'exploitation. Il a investi ses tripes pendant 40 ans et il va trahir l'héritage familial, la transmission. Il met en vente mais il ne le signale pas ou très peu, pour ne pas entacher le fonds de commerce, pour ne pas déplaire aux salariés aux quels il est attaché. Devant lui, se trouve un client Chinois qui n'y connaît pas grand-chose en vin de Bordeaux, qui n'a pas ce décryptage de transmission ; il ne connaît pas les codes et les coutumes des vieilles familles bordelaises mais il connaît les chiffres et les coûts de production. Moi, je suis l'intermédiaire entre les deux. IFL est la passerelle entre ces deux mondes aux horizons lointains. Je dois expliquer au Français pourquoi les questions de l'acquéreur Chinois sont seulement financières, et qu'il a un désir réel de bien exploiter le domaine, mais qu'il ne connaît pas les usages. C'est notre travail de dire aux uns : comprenez les autres et aux autres : comprenez les uns, de les rapprocher. Une bonne transaction c'est plus de six mois de travail et surtout c'est de la bonne humeur : nous voulons un Français satisfait que le client Chinois poursuive son exploitation, un acquéreur Chinois heureux des conditions honnêtes de vente, et de notre accompagnement ».

« Une bonne transaction est le résultat d'une bonne entente entre le vendeur et l'acquéreur insiste Somalina. Les Français, à titre culturel, sont assez individualistes. Le client Chinois est pionnier dans ce domaine ; il se sait observé ; très souvent il ne veut pas dévoiler les raisons de son acquisition mais souhaite profondément une totale réussite de son projet afin d'y intégrer, plus tard, d'autres compatriotes. »

« Le vin est un secteur d'activité naissant en Chine Nous poussons nos acquéreurs chinois à garder l'équipe française en place. C'est aussi une fierté pour lui que de laisser travailler le savoir-faire local. C'est une forme d'intelligence et de pragmatisme. L'acquéreur Chinois va exporter en direct en Chine, sans intermédiaires ; il va pouvoir se concentrer sur son réseau commercial ; son équipe s'appliquera à réaliser les plus belles vignes pour un très bon vin. Chacun à sa place » remarque David ; « grandir dans l'esprit de l'autre, ajoute David ; les deux cultures ont plein de points communs : leurs rapports au luxe, à l'élégance, à la transcendance sont intéressants, comme au bien-manger, à la philosophie... »

David Guillon poursuit : « Le propriétaire français espère que son patrimoine sera acheté par un Français. Mais ce qui est important pour Bordeaux, c'est qu'on garde un vin de grande qualité. Il faut donc des investisseurs pour financer la modernité et contrer la concurrence. Soyons heureux que d'autres pays soient intéressés pour le faire. Les cultures se rencontrent davantage. Ce qui a fait démarrer la Chine il y a 20 ans, ce sont les étrangers : la France a investi des milliards dans les entreprises chinoises. Aujourd'hui, c'est au tour de Bordeaux d'avoir besoin de la Chine pour rester au premier rang. La crise économique est grave, le meilleur placement reste l'immobilier de long terme. »

« Un terroir est inimitable, c'est un mariage subtil, on ne peut pas le copier, assure David Guillon. Lorsque je suis dans mes vignes, je m'interroge sur l'expression de mon terroir, de

son climat, de mon artisanat ; je suis humble. Ce n'est pas seulement une question d'assemblage. Les vignobles chinois se développent, certes, mais ce ne sera jamais au détriment des grands vins français. La clientèle Chinoise voudra toujours acheter du Lafite-Rothschild (cf le chapitre de Gérard Colin). Il est probable que, dans une dizaine d'années, nos petits vins français soient moins vendus en Chine. Les vins du Nouveau monde sont de plus en plus connus, mais ceux de Bordeaux restent leader. »

Deux conciergeries ont intégré IFL, proposant des services de voyages sur mesure à une clientèle VIP, booking d'hôtels et de restaurants en France et en Suisse.

Somalina Nguon : somalina@infranceltd.com Jérôme Arbault : jerome@infranceltd.com
David Guillon : davidguillon.hk@gmail.com
www.infranceltd.com



Actuellement, 90% des vins bus par les Chinois sont leurs vins locaux. Si un terroir est inimitable, **la Chine plante énormément de vignobles** ; le pays a 800 000 hectares de vignes mais il s'agit des plantations de raisins de table, raisins secs et raisins à vin, cumulées. Le vignoble de vin chinois représentait moins de 4 % des vignes mondiales en 2000 ; il compte aujourd'hui près de 11 %.

Dans 5 ans, leurs vins seront acceptables ; l'appellation *Bordeaux* sera-t-elle alors moins exportée ? « *Il faut que nous soyons vigilants*, répond Georges Haushalter, ancien président du CIVB, *et c'est pourtant une bonne chose, car si nous voulons vendre du vin durablement en Chine, il faut que leur consommation de vin s'inscrive dans leurs habitudes alimentaires. Il est donc bon qu'ils aient un vin local de bonne qualité pour apprécier ensuite le goût des vins de Bordeaux. Je reste optimiste, et je parle d'opportunité.* » Christophe Chateau, directeur de la communication du CIVB, insiste : « *les bons terroirs chinois ne sont pas si nombreux en rapport à la superficie du pays. Alors, tant mieux pour nous : vins de Bordeaux. Et tant mieux si ce sont nos experts français qui aident les vigneron chinois à produire un vin de belle qualité. Ce seront eux les ambassadeurs du goût du bordelais.* »