

Hecht et Bannier : vingt ans à dominer les vignobles de la région

Les deux Aixois ont cru au Languedoc un peu avant tout le monde et ont depuis étendu leur zone d'activité à la Provence, tissant des partenariats longue durée avec les viticulteurs. H&B, c'est un négoce d'artisans à taille humaine.

Dans le monde du grand négoce, leur territoire à eux est une crotte de moulin sur la carte française du vin. Un petit royaume qui, tracé à gros traits, trait de Béziers et Carcassonne à l'ouest jusqu'à Fréjus à l'est et ne s'aventurerait guère plus au nord que le septentrion du pays d'Aix. De ce périmètre vigneron, Grégoire Hecht et François Bannier ont tiré une belle carte murale qu'ils ont offert au client de passage. Et une vie de négociants artisans qui les le depuis vingt et un ans sous la marque Hecht & Bannier. Ce H&B, plus d'un acheteur de vin le connaît. L'enseigne Monoprix est en effet l'un de leurs clients historiques et les minivins, picpoul, banded ou côtes de provenance du binôme y figurent souvent en belle place au rayon vin.

Une telle exposition dans la grande distribution pourrait d'ailleurs brouiller les pistes car dans les faits, les deux Aixois sont tout sauf de gros faiseurs. Depuis 2002, date de la création de leur société, c'est même l'inverse qui a fait leur réputation : celle d'un travail minutieux de *winemakers* à l'anglo-saxonne, fidèles à leurs partenaires vigneron (et investissent) et grands connaisseurs des quelques terroirs qu'ils travaillent.

François Bannier est bordelais, Grégoire Hecht alsacien. Ils se sont rencontrés sur les bancs du master vin qu'ils préparaient à Dijon au début des années 90. À la fin de la même décennie, ils commencent par participer à l'aventure du site pionnier en France de la vente de vin en ligne, Wine & Co, lancé à l'époque par Marc Perrin, un nom qui pèse dans la région pour le château de Beaucastel et le partenariat avec Brad Pitt et Miraval. L'aventure Wine & Co première formule fera long feu. « En France, le truc naturel aurait été d'acheter quelques hectares de vignes et de faire notre vin », nous raconte Grégoire Hecht à la fin des années.

Mais les deux comptés ne sont ni des héritiers du vignoble ni des investisseurs dotés, et se lancent à partir de rien coûte cher. Mieux, ils comprennent bien vite que leur valeur ajoutée n'est pas la viticulture, mais la connaissance précise des vignobles de l'arc méditerranéen. Ce sera donc le négoce de choix et l'achat de pièces de vin chez des producteurs plus la vente



Grégoire Hecht (à g.) et François Bannier, dans les locaux de leur petite maison de négoce de vins, quartier Mazarin, à Aix-en-Provence. /PHOTOS GUILLES BADER

de bouteilles sous leurs propres étiquettes). Ils débutent par le Languedoc, qui, en cette fin des années 1990, commence à s'éveiller sous l'impulsion de grands vigneron comme Olivier Julien (Mas Julien) ou les regrettes Laurent Vaillé (La Grange des pères) et Aimé Guibert (Mas de Daumas-Gassac).

Un vrai pari. « On arrivait pour voir d'éventuels acheteurs (principalement internationaux au départ, Ndr) en leur disant 'Bonjour, on est des négociants spécialisés dans un vignoble pas à la mode et on est super-chers, ce vous dit de goûter ? », rigole François Bannier. Aujourd'hui, la cote des terrasses du lazac, de la clape ou de pic saint-loup leur donne mille fois raison.

Entre-temps, Hecht et Bannier s'en sont allés conquérir la Provence et le rosé. « C'est une couleur qui on a commencé dans le Languedoc », explique François Bannier. Au fil du temps, on a vu l'intérêt du marché pour le rosé monter en flèche et le sa-

“ On a vu l'intérêt du marché pour le rosé monter en flèche et le savoir-faire provençal en la matière est indéniable... ”

FRANÇOIS BANNIER

voir-faire provençal en la matière est indéniable. Ils sont aussi présents dans la belle appellation varoise bandol, terre de grands rouges de garde et de rosés de repas. Aujourd'hui, quelque six cent mille bouteilles sont estampillées H&B chaque année. La moitié provient du Languedoc.

L'autre de Provence, où les tensions montent sur les stocks de

vrac en rosé. Le géant français LVMH a mis un large pied dans le vignoble provençal il y a quatre ans, rachetant coup sur coup le château Caloupet, le Jas d'Esclans et une part majoritaire de Minuty et du château d'Esclans des marques Garus, Whispering angel...), deux poids lourds du négoce régional. Le n°2 mondial des vins et spiritueux, le groupe Pernod Ricard,



Depuis vingt ans, H&B s'est fait une spécialité des vins du Languedoc et de la Provence viticole.

Le bio et la consigne

En 2007, Grégoire Hecht et François Bannier ont pris la décision de passer 100% de leurs approvisionnements en bio, objectif réalisé en 2018 pour le Languedoc (première région française productrice de vins bio en volume) et qui devrait l'être en 2025 pour la Provence (première région viticole bio en pourcentage de vin produit). La marque H & B soutient aussi la Sorbier Foundation Europe et l'Association Des Enfants et des arbres, en leur reversant un pourcentage de ses ventes sur ses gammes Nouvelle vague, Coup de savate et Le Languedoc. La société a vu ses efforts salués fin 2022 par l'obtention du label B Corp, une première dans la région.

Autre innovation testée au printemps dernier, en collaboration avec les vins Richard, grands fournisseurs des bars et restos parisiens, le retour de la bouteille consignée. Le procédé reste balbutiant et difficile à mettre en place dans les circuits grand public. Mais en s'appuyant sur un professionnel de la restauration et l'immobilier, la boutique est plus simple à maîtriser. Ainsi, la cave Languedoc bio rosée de H & B est achevée en région parisienne par camion-citerne puis embouteillée sur place en flacon de 1 litre.

Une fois les bouteilles consommées dans les établissements clients des vins Richard, les bouteilles vides en casiers de douze sont reprises lors des tournées de livraison, lavées puis de nouveau remplies. Le rituel peut aller jusqu'à vingt cycles.

« Il nous a aussi lancé dans la partie en rachetant l'an dernier la majorité du château Sainte-Marguerite à La Londe. Ces sociétés-là ont les reins solides et un art consommé du négoce viticole, forgé en Cognac et en Charentais », nous raconte Grégoire Hecht.

« Pour des acteurs modestes comme nous, il n'y a qu'une solution, diversifier les approvisionnements tout en restant fidèles à ceux qu'on a déjà », analyse Grégoire Hecht. 80% de nos fournisseurs sont des gens avec qui on travaille depuis vingt ans, avec qui on a défini des profils de vin et des lieux d'approvisionnement précis. Comme on est petit, on peut faire dans la dentelle et être très chiant dans nos sélections. Mais c'est toujours pour la cause du vin. »

Goltze, en rosés, leur AOP languedoc (17,90 €) ou leur côtes de provenance bio (15 €). Leur pic saint-loup rosé 2021 (14 €) ou leur bandol rosé 2016 (20 €) et vous verrez que cette cause-là a été bien défendue.

Guillaume LEMOUE

BANDE PASSANTE



POLITIQUE, SPORT, ÉCONOMIE, FAITS DIVERS, JUSTICE, CULTURE...

Les journalistes de La Provence décryptent l'actualité de la semaine

Bande passante, un podcast de La Provence

A retrouver sur laprovence.com ainsi que sur les plateformes habituelles

