

LA REVUE DU  
**vin**  
DE FRANCE

larvf.com

CONTREFAÇON

Romanée-Conti, Ausone, Ponsot :  
leur guerre contre les faux

PIERRE GATTAZ  
Un patron  
dans le  
Luberon

Nuits-Saint-Georges  
Exploration d'un  
mythe bourguignon

69 cuvées magistrales

Champagnes  
d'auteurs

90 flacons de style  
entre 15 et 40 euros

Débat  
Le goût du vin  
est-il universel ?



**OFFERT**  
avec ce numéro



VIGNERONS  
INDÉPENDANTS  
Les meilleurs  
vins du salon  
de Paris  
**+ 1 ENTRÉE  
GRATUITE**

**Enquête**  
Ces vignerons  
qui font le pari  
des truffes

M 08279 - 616 - F. 6,95 € - RD





Laurent Ponsot, du célèbre domaine de Morey-Saint-Denis, a démasqué le faussaire indonésien Rudy Kurniawan.



Victimes de leur cote, les bouteilles du domaine de la Romanée-Conti sont parmi les plus contrefaites.

Photos : D. R.

## ICÔNES

# Extension du domaine de la lutte... contre les faux

Devenus objets de luxe, les grands vins sont aujourd'hui copiés, reproduits, imités par les faussaires du monde entier. Devant un tel fléau, les propriétés les plus prestigieuses affûtent leurs ripostes. En exclusivité, les domaines de la Romanée-Conti et Ponsot, en Bourgogne, et le château Ausone, à Saint-Émilion, témoignent.

Une enquête de **Jean-Baptiste Thial de Bordenave**



Le faussaire surdoué Rudy Kurniawan, alias "Dr Conti", lors de son procès à New York, en 2013. Verdict : dix ans de prison.

The Wall Street Journal



Alain Vauthier emploie une armée d'avocats dans le monde pour veiller sur ses marques dont Château Ausone, à Saint-Emilion.

C. Hampden

**L**a Romanée-Conti, Ponsot, Château Ausone... des noms qui font rêver tous les amateurs de grands vins, mais aussi tous les contrefacteurs du monde. Ces bouteilles, qui coûtent plusieurs centaines voire quelques milliers d'euros selon les millésimes, sont désormais des produits de luxe et donc les victimes privilégiées de l'industrie de la contrefaçon. Dans cette enquête, les propriétaires de ces trois domaines prestigieux, Aubert de Villaine (domaine de la Romanée-Conti), Laurent Ponsot (domaine Ponsot) et Alain Vauthier (château Ausone), révèlent leur vision de la contrefaçon des vins et livrent leurs expériences et leurs techniques pour combattre ce fléau.

Anecdotique il y a une trentaine d'années, le sujet est aujourd'hui un problème majeur pour tous les domaines et notamment les plus prestigieux. La lutte contre les faux est désormais un volet incontournable de la bonne gestion de leur propriété. L'incroyable histoire du faussaire de génie Rudy Kurniawan, alias "Dr Conti", est l'illustration récente la plus spectaculaire de ce phénomène.

SI LA CHINE  
DEMEURE SANS  
CONTESTE  
LE CHAMPION  
DE LA  
CONTREFAÇON,  
LE FLÉAU EST  
DÉSORMAIS  
MONDIAL.

Pendant dix ans, cet Indonésien a écoulé des centaines de faux Grands crus français dans de très vieux millésimes lors de ventes aux enchères aux États-Unis avant d'être arrêté par le FBI et condamné par la justice américaine à dix ans de prison en 2014.

Dans le domaine des vins et des alcools, la contrefaçon peut revêtir différentes formes, de la reproduction à l'identique d'une bouteille, contrefaçon dite "servile", à la simple imitation, une marque "Chatelet Lafite", par exemple, repérée sur le marché chinois, en passant par le remplissage de bouteilles, qui consiste à se procurer des flacons vides et à les remplir avec du vin de qualité mais de prix nettement inférieur.

### L'Europe au cœur des trafics

Si la Chine demeure sans conteste le champion toutes catégories de l'industrie de la contrefaçon, le fléau est désormais mondial : anciens pays du Bloc soviétique, Amérique du Sud et même la vieille Europe de l'Ouest qu'on pensait à l'abri sont concernés. Le récent démantèlement d'un réseau italien de fausses bouteilles du domaine de la Romanée-Conti en témoigne.

Mais quelles sont concrètement les conséquences de la contrefaçon en matière de vins ? Tout d'abord, il existe un risque majeur pour la santé : si l'alcool présent dans ces bouteilles peut être d'une qualité correcte, il peut aussi être totalement impropre à la consommation et extrêmement dangereux. En deuxième lieu, la contrefaçon représente un manque à gagner pour le producteur victime et pour l'État qui ne perçoit pas de TVA et de redevances, lesquelles constituent une part importante du prix de la bouteille, même si chiffrer l'étendue de cette industrie souterraine se relève impossible. Enfin – et c'est une conséquence qu'il ne faut pas sous-estimer –, cela nuit à l'image du vin contrefait, à son appellation et à son pays de production. Un scandale impliquant de faux vins "français" en Chine peut ainsi amener de nombreux consommateurs chinois à se détourner des vins de l'Hexagone pour s'orienter vers les vins d'autres pays.

### Un arsenal juridique et technique

Existe-t-il alors de vraies solutions afin de lutter contre la contrefaçon ? Codes-barres, applications internet, dépôts de marques, recours à des cabinets spécialisés, surveillances et enquêtes sur les marchés : de nombreuses armes juridiques et techniques existent et peuvent être utilisées de différentes manières selon la taille, la structure du domaine et également l'importance des marchés concernés. Au travers des cas de Laurent Ponsot au domaine Ponsot, Alain Vauthier au château Ausone et Aubert de Villaine au domaine de la Romanée-Conti, découvrons ici trois cas emblématiques et surtout trois stratégies différentes de riposte pour combattre les contrefaçons de vins.

## Laurent Ponsot, domaine Ponsot Sa solution : la technologie

Deux choses ont contribué à la notoriété internationale de Laurent Ponsot. D'abord, jusqu'au millésime 2016, il a produit les superbes vins, encensés par la critique, du domaine Ponsot, à Morey-Saint-Denis. Mais pour les professionnels du vin, il est surtout celui qui a démasqué Rudy Kurniawan, l'un des plus redoutables faussaires de grands vins de tous les temps. Désormais engagé dans une nouvelle aventure via sa nouvelle activité de négoce de vin, Laurent Ponsot demeure toutefois propriétaire de 25 % du domaine Ponsot et reste à ce titre un observateur privilégié des méthodes de lutte contre la contrefaçon.

Pour la protection de ses vins, il mise sur une technologie des plus avancées au niveau mondial : ses bouteilles sont quasiment impossibles à contrefaire grâce à plusieurs éléments de protection.

Deux marqueurs sont visibles par les consommateurs : un fond de bouteille moulé (et non gravé) au nom du domaine et des "obturateurs techniques", autrement dit des bouchons en polymère, substance utilisée pour l'élaboration des cœurs artificiels, bien plus difficiles et coûteux à imiter que des bouchons traditionnels.

À cela s'ajoutent deux autres marqueurs, invisibles cette fois : un système de laser code type "billet de banque" inséré dans l'étiquette et une puce connectée, présente dans la capsule afin de permettre une authentification de la bouteille et accessoirement de connaître l'historique de la température à laquelle celle-ci a été exposée !

Enfin, Laurent Ponsot porte un regard très anticonformiste sur la contrefaçon des vins. Pour lui, la plupart des contrefaçons à l'identique (dites "serviles") des grands vins français sont principalement élaborées en Europe et commercialisées aux États-Unis !



On est donc loin du cliché des faux provenant uniquement de Chine ou de l'ex-Bloc soviétique. Et ces circuits ne sont pas tenus par des mafias mais par « des groupuscules d'experts ».

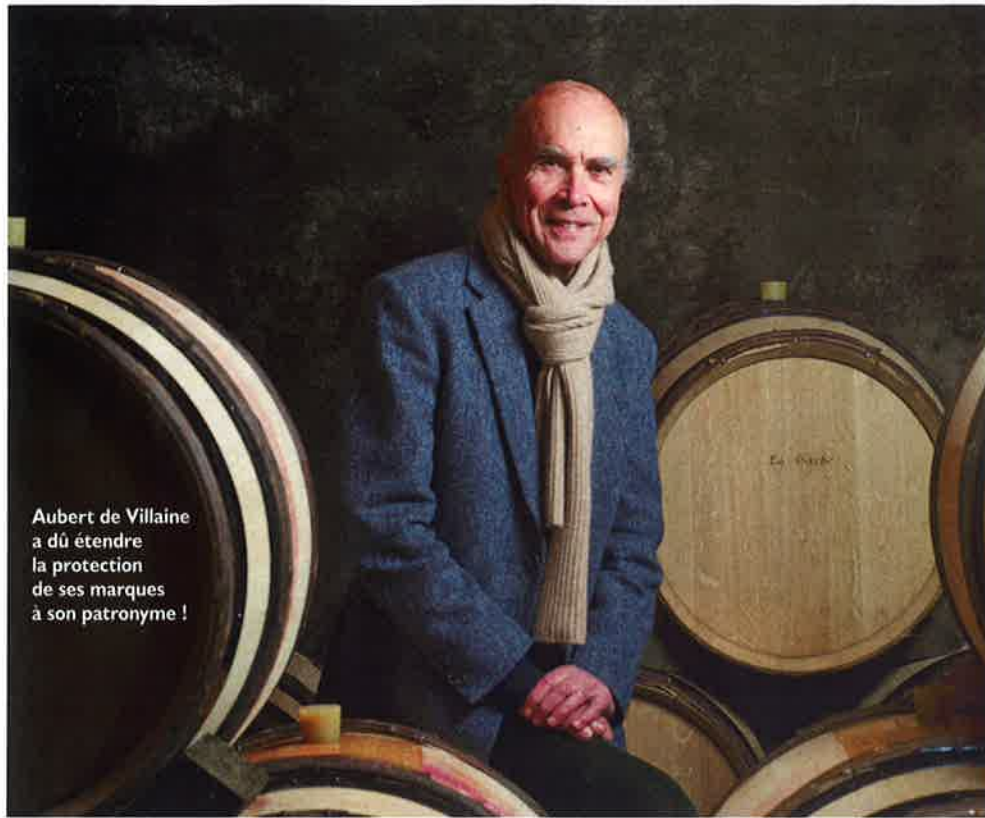
Quant à l'affaire Kurniawan, même si la justice a tranché, elle est loin d'être bouclée pour Laurent Ponsot. Selon lui, tout a été téléguidé et financé par un cerveau qui n'a toujours pas été inquiété par les enquêtes en cours.

Le richissime génie de la contrefaçon incollable sur les dégustations avait sans doute un mentor,

et de drôles de méthodes. D'après Ponsot, Rudy Kurniawan brillait surtout avec les bouteilles "marquées" qu'il apportait ou en soudoyant les sommeliers pour connaître à l'avance les bouteilles servies à l'aveugle.

Docteur Conti ? « Un pantin, un imposteur », assure Laurent Ponsot. Il n'en dira pas plus pour le moment : les détails figureront dans un livre en cours de rédaction. L'histoire de Kurniawan et de son tombeur français devrait même donner lieu à une adaptation hollywoodienne.

COMMENT ILS COMBATTENT LA CONTREFAÇON



Aubert de Villaine a dû étendre la protection de ses marques à son patronyme !

M.-E. Bouquet



l'étranger, pour des pays stratégiques comme les États-Unis et la Chine notamment, afin de ne pas mettre en péril la protection existante.

Cette situation – a priori ennuyeuse pour le domaine – présente pourtant certains avantages : les vins distribués par le domaine bénéficient d'une protection assurée par l'Inao. C'est l'Institut qui assure la veille juridique de tous les dépôts de marques dans le monde qui seraient identiques ou trop proches des termes Romanée-Conti et La Tâche. Une économie de frais juridiques pour le domaine (qui participe tout de même financièrement), et surtout une arme juridique redoutable. Les droits attachés à des appellations d'origine sont beaucoup plus stricts et protecteurs que les simples droits de marques.

La Romanée-Conti et La Tâche bénéficient donc aujourd'hui d'une protection largement supérieure aux marques "normales" de vin. N'empêche, ils demeurent parmi les vins les plus convoités... et donc les plus contrefaits au monde. Ce n'est pas par hasard si Rudy Kurniawan fut surnommé "Dr Conti".

Aubert de Villaine assure ainsi avoir goûté à plusieurs reprises de très rares romanée-conti 1945 fournies par Kurniawan. Il faut savoir que suite à une gelée de printemps cette année-là, seuls deux pièces (environ 300 bouteilles) ont été produites. « Il était évident qu'il s'agissait de faux », commente le copropriétaire et cogérant historique du Grand cru bourguignon. Si le goût était « probablement celui d'un vin de Bourgogne », il ne s'agissait manifestement pas de la romanée-conti qui développe traditionnellement au vieillissement des caractéristiques uniques, tels des arômes de rose fanée. Une absence aisément décelée par le vigneron.

Aujourd'hui, le domaine ne s'appuie toutefois pas sur la seule protection publique du nom de ses vins. Il accentue sa réflexion sur la protection de l'environnement marketing de ses marques, en protégeant notamment les termes "de Villaine" et "DRC", un nom et un sigle qui ne sont pas des AOC, mais qui sont intimement liés dans l'esprit de tout connaisseur à la célèbre Romanée-Conti.

## Aubert de Villaine, domaine de la Romanée-Conti L'Inao protège ses vins à l'étranger

Années 90 : un retentissant procès oppose le domaine de la Romanée-Conti (DRC) à la SNCF. La société de chemin de fer importait alors des vins d'Algérie dénommés "Domaine de Romanet" qu'elle vendait à son personnel via ses wagons de ravitaillement. Pour Aubert de Villaine, cogérant du célèbre domaine, c'est un détournement de la marque.

Le DRC attaque et gagne son procès en première instance. Mais en appel, l'Inao (Institut national des appellations d'origine) intervient et conteste alors la validité des marques Romanée-Conti et La Tâche déposées par le domaine au motif qu'il s'agissait d'appellations d'origine, et donc non "appropriables" par un domaine.

La Romanée-Conti et La Tâche, deux noms mythiques qui font rêver tous les amateurs de

vins, possèdent en effet deux caractéristiques juridiques singulières : ces bouteilles portent à l'identique le nom des deux appellations d'origine bourguignonnes et font l'objet d'un monopole d'exploitation par le prestigieux domaine de Vosne-Romanée.

Et en effet, la loi française est très claire : il n'est pas possible de déposer une appellation d'origine contrôlée en tant que marque, car cela reviendrait à en faire une appropriation individuelle incompatible avec le bien public qu'est l'AOC.

Cette situation juridique est très rare en France mais pas unique. Le Clos de Tart, en Bourgogne, et château Grillet, en vallée du Rhône, sont dans la même situation.

Le domaine fut donc contraint d'abandonner ses droits de marques. Cependant, en accord avec l'Inao, certains dépôts furent maintenus à

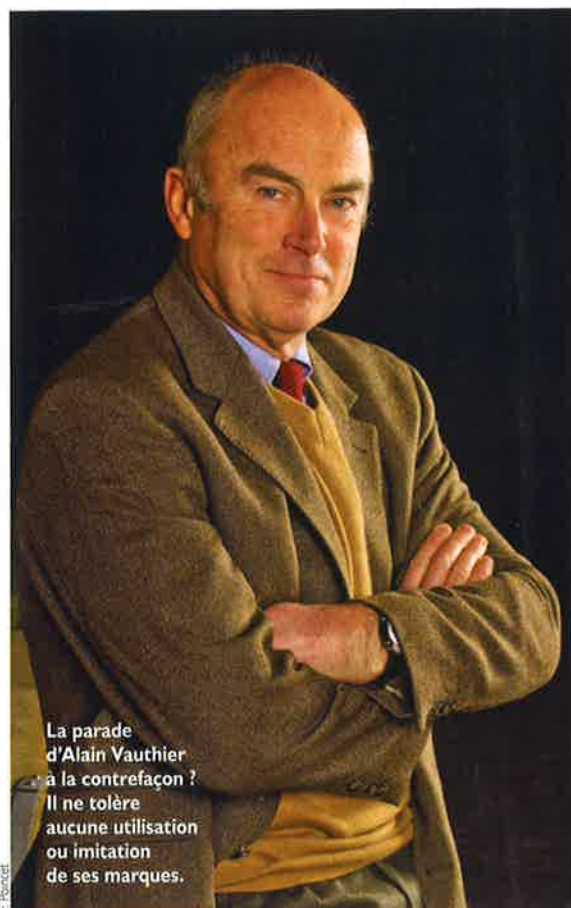
## Alain Vauthier, château Ausone Il a créé son réseau de surveillance

**P**our Alain Vauthier, propriétaire de château Ausone, Premier grand cru classé "A" de Saint-Émilion, le déclic intervient dans les années 80. À cette époque, la marque "Château Simard", autre château de l'écurie Vauthier en Saint-Émilion Grand cru, n'est pas encore protégée lorsqu'un autre producteur de l'AOC, lui-même dénommé Simard, décide de déposer la marque en son nom. Or, depuis près de soixante ans, Château Simard est le saint-émilion le plus vendu aux États-Unis. La confusion s'empare alors des importateurs et distributeurs américains. Quelle est la différence entre les deux domaines ? L'impact commercial fragilise la famille Vauthier.

Le problème entre les deux familles sera finalement résolu à l'amiable mais pour Alain Vauthier, la leçon est claire : plus question de tolérer que quelqu'un utilise ou imite ses marques. « C'est comme laisser quelqu'un pénétrer dans sa maison. Une marque doit être protégée comme un bien immobilier, avec serrure, alarme et caméra. », explique-t-il.

Pourtant, au château Ausone, la protection des marques s'inscrit dans une stratégie familiale déjà ancienne. La première trace connue de la mention de "Château Ausone" date d'un texte de... 1592 et la famille Vauthier s'est très tôt attelée à protéger ce nom unique. Dès 1887, la marque Château du poète Ausone est déposée puis, en 1888, la marque Château Ausone.

Mais dans cette guerre, un nouveau front s'est ouvert : la Chine. Les contrefacteurs déposent presque tous les mois des marques de vins dénommées "Auszone", "Aosone", "Louis Ausone" et d'innombrables autres déclinaisons. Alain Vauthier s'y oppose systématiquement. La marque "Louis Ausone" fit même l'objet pour son lancement d'une importante campagne de publicité nationale à grand renfort d'affichages spectaculaires dans les métropoles chinoises. Le Girondin a néanmoins obtenu gain de cause après deux années de procédure.



La parade d'Alain Vauthier à la contrefaçon ? Il ne tolère aucune utilisation ou imitation de ses marques.



Déposée depuis 1888, la marque Château Ausone reste pourtant l'une des cibles préférées des faussaires chinois.

Aujourd'hui, à l'instar de la défense de l'AOC Champagne par l'interprofession champenoise CIVC, Alain Vauthier ne laisse rien passer. Il mise sur l'effet préventif : « Les gens y réfléchissent à deux fois avant d'essayer de nous contrefaire ».

Le propriétaire du Premier Grand cru classé "A" voit loin avec la mise en place sur ses principaux marchés d'un réseau de surveillance via des avocats locaux spécialisés, chargés de contrôler les ventes sur Internet, mais aussi les restaurants, cavistes et marchés locaux.

Ausone, produit à moins 20 000 bouteilles par an, est d'ailleurs l'un des rares châteaux du Bordelais à exiger du négoce qu'il lui communique l'ensemble des destinataires finaux de ses bouteilles afin de pouvoir garantir une traçabilité totale de celles-ci.

Cette stratégie a évidemment un coût, mais Alain Vauthier relativise la dépense. « Tout cela est nécessaire pour maintenir l'exclusivité d'Ausone sur le marché et donc sa rareté et son prix. »