

THE BEST OF CULTURE & ART DE VIVRE

DECEMBER 2016

FRANCE-AMÉRIQUE

BILINGUAL

CHAMPAGNE

THE RISE OF AMERICAN SPARKLING WINES

MODERN ART

ICONIC FRENCH CHURCH EXHIBITS KEITH HARING

GASTRONOMY

A TRADITIONAL FRENCH CHRISTMAS MENU REVISITED WITH SPICES

Guide TV5Monde

Volume 9, No. 12 USD 8.00 / C\$ 10.60



O.TAUGER



POP!

L'explosion des bulles américaines

The rise of American sparkling wine

By Clément Thiéry / Translated from French by Alexander Uff

La consommation de vin pétillant aux États-Unis a doublé depuis les années 1970. Champagnes importés de France, mais aussi « champagnes américains » et mousseux produits par des maisons françaises installées sur la Côte Ouest, le marché des bulles américaines s'envole.

The consumption of sparkling wine in the United States has doubled since the 1970s. Thanks to champagnes imported from France, “American champagnes”, and sparkling wines produced by French companies established on the U.S. West Coast, the American market is bubbling over!

Depuis l'arrivée des premières caisses de champagne dans les Treize Colonies en 1750, les bulles françaises jouissent d'une grande réputation auprès du public américain. Pour la troisième année consécutive, indique un rapport publié en juin dernier par le cabinet américain Shanken, les ventes de champagne français aux États-Unis sont en augmentation. Les ventes sont au plus haut depuis 2008, précise la chaîne Bloomberg. En 2015, Veuve-Cliquot et Moët & Chandon — les deux marques champenoises les plus populaires aux États-Unis — ont exporté de France 835 000 caisses de champagne, soit dix millions de bouteilles. Les champagnes importés de France ne représentent pourtant que 6% de la consommation américaine de vins effervescents. Plus de la moitié des 261 millions de bouteilles consommées aux États-Unis en 2015 ont été produites localement — principalement en Californie et en Virginie, mais aussi dans l'Oregon, le Nouveau-Mexique, l'État de Washington et l'État de New York.

Brotherhood Winery — la plus ancienne maison viticole américaine fondée par un huguenot français en 1839 — produit du vin pétillant à Washingtonville (New York), le long de l'Hudson River. Depuis 1985, les présidents américains fêtent leur investiture à la Maison Blanche avec une coupe de Korbel, un vin pétillant produit dans le Comité de Sonoma en Californie et étiqueté « champagne californien ». De quoi agacer les producteurs champenois. « Champagne américain, c'est une ineptie et champagne français, un pléonisme », déclare Thibaut Le Mailloux, le directeur de la communication du Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC). « Champagne désigne une région viticole française ; les autres vins mousseux ne sont pas du champagne. »

Champagne, une appellation contrôlée

Depuis le décret du 29 juin 1936, le champagne fait l'objet d'une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC). Sa production est limitée aux 35 000 hectares de la région Champagne — 635 communes réparties entre les départements de la Marne, de l'Aisne, de l'Aube, de la Seine-et-Marne et de la Haute-Marne — et encadrée par un cahier des charges strict.

Since the first cases of champagne were delivered to the Thirteen Colonies in 1750, French bubbly has enjoyed a prestigious reputation in America. A report published in June 2016 by the U.S. beers, wines and spirits research firm Shanken showed that sales of French champagne in the United States are up for the third year in a row. Current figures are at their highest since 2008, says Bloomberg. And in 2015, Veuve-Cliquot and Moët & Chandon — the two leading champagne brands in the United States — exported 835,000 cases of champagne to America, totaling ten million bottles. Yet champagnes imported from France only make up 6% of the consumption of sparkling wines in the United States. More than half of the 261 million bottles polished off in the U.S.A. in 2015 were produced on American soil — mainly in California, Virginia, Oregon, New Mexico, Washington State and New York State.

Brotherhood Winery is the oldest American winemaking establishment, originally founded by a French Huguenot in 1839, and today produces sparkling wine in Washingtonville, New York, next to the Hudson River. American presidents have traditionally celebrated their arrival at the White House since 1985 with a glass of Korbel, a sparkling wine produced in Sonoma County, California, whose bottles bear the label "California champagne". Needless to say, producers in the Champagne region of France are none too pleased. "American champagne is an absurdity, while French champagne is a pleonasm", says Thibaut Le Mailloux, Communications Director of the Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC). "The term champagne refers to a French winemaking region. Other sparkling wines are not champagne."

Champagne, a protected name

Since a decree by the French government on June 29, 1936, champagne has enjoyed a Protected Designation of Origin label (or *Appellation d'Origine Contrôlée*, abbreviated as AOC). Its production is limited to the 35,000 hectares that make up the region of Champagne — home to 635 municipalities spread across the *départements* of Marne, Aisne, Aube, Seine-et-Marne and Haute-Marne — and subject to a strict list of specifications. ●●●

En vertu de ce décret, seuls les vins pétillants produits dans la région Champagne ont le droit de porter la mention « champagne » sur leur étiquette.

Installé dans le nord-est de la France à Épernay, le CIVC fédère les vignerons et maisons champenoises et milite contre les usurpations de l'appellation. Cent-quinze pays du monde reconnaissent l'AOC Champagne, mais ce n'est pas le cas des États-Unis, où « la moitié des vins effervescents portent la dénomination *American Champagne* ou *California Champagne* », explique Thibaut Le Mailloux. « Les producteurs américains cherchent à valoriser leurs vins en s'appuyant sur le prestige et la notoriété du champagne. »

« Nous ne jouons pas dans la même catégorie »

Depuis 2006, les producteurs américains n'ont plus le droit d'appeler leur vin pétillant « champagne », ni de mentionner « méthode champenoise » sur leurs bouteilles. Toutefois, la loi ne s'applique qu'aux exploitations lancées après le 31 décembre 2005. Conformément à une jurisprudence américaine dite « *grandfather clause* », ou clause d'antériorité, les producteurs existants ont simplement été contraints de préciser l'État d'origine de leur vin. Les étiquettes « *California Champagne* » qui figurent maintenant sur les bouteilles de mousseux américain — Korbé, Cook's, André ou J. Roget pour ne citer que les plus populaires — continuent d'entretenir le doute auprès du consommateur, mais le point commun avec le champagne français s'arrête là.

« Nos vins se rapprochent des cuvées champenoises, mais nous ne jouons pas dans la même catégorie », commente Claude Thibaut, l'un des fondateurs de l'exploitation Thibaut-Janisson en Virginie — surnommée T-J en clin d'œil à Thomas Jefferson, un grand amateur de champagne. Installé depuis 2005 à Afton, dans la Vallée de la Shenandoah, le Français originaire du département de la Marne produit chaque année 40 000 bouteilles de vin pétillant.

Thanks to the 1936 decree, only sparkling wines produced in the Champagne region have the right to display the name “champagne” on their labels.

Established in the town of Épernay in the northeast of France, the CIVC unites winemakers and wineries from the Champagne region, and fights against the misappropriation of their hallowed name. Some 115 countries recognize the Champagne AOC, but this is not the case in the United States, where “half of sparkling wines are sold as ‘American champagne’ or ‘California champagne’”, says Thibaut Le Mailloux. “American producers are trying to promote their wines by using the prestige and reputation of champagne.”

“We don't play in the same league”

American producers have been forbidden from calling their sparkling wines “champagne” or mentioning the *méthode champenoise* on their bottles since 2006. However, this law only applies to wineries and vineyards founded after December 31, 2005. In compliance with a section of U.S. case law known as the “grandfather clause”, producers in business before that date are only obliged to display the state of origin on their bottles of wine. The labels “California champagne” featured on bottles of American sparkling wine, such as Korbé, Cook's, André and J. Roget, to name but a few, continue to sow doubt among consumers. But the similarity with French champagne stops there.

“Our wines are not too different from their French cousins, but we don't play in the same league”, says Claude Thibaut, one of the founders of the exploitation Thibaut-Janisson winery in Virginia, nicknamed T-J in a nod to Thomas Jefferson, another famed champagne enthusiast. Born in the Marne *département* in France, Claude Thibaut has been established in Afton in the Shenandoah Valley since 2005, and produces 40,000 bottles of sparkling wine per year. ●●●



La maison française Roederer cultive 240 hectares de vignes dans l'Anderson Valley, au nord de San Francisco. Quatre types de vins pétillants, dont deux rosés, y sont produits. / The French winery Roederer cultivates 240 hectares of vines in the Anderson Valley, north of San Francisco. The estate produces four types of sparkling wines, including two rosés. © Olga Mironova



Son Blanc de Chardonnay Brut, notable pour ses arômes de pomme, de pêche blanche et de noisette, est servi lors de réceptions à la Maison Blanche et dans les restaurants gastronomiques de Washington D.C. « Les sommeliers ont du mal à déterminer si nos vins sont français ou américains, mais nous ne rivaliserons jamais avec les grandes maisons de Champagne. »

Les marques françaises à la conquête de la Californie

S'ils ne rivalisent pas avec les champagnes français, les mousseux américains représentent plus de la moitié des vins effervescents consommés aux États-Unis. Ce qui a conduit les maisons champenoises, à partir des années 1970, à se tourner vers l'ouest pour étendre leur marché. Moët & Chandon, Piper-Heidsieck, Taittinger, Louis Roederer et Mumm ont investi dans des domaines en Californie et Gilbert Gruet, au Nouveau-Mexique.

His Blanc de Chardonnay Brut, enjoyed for its apple, white peach and hazelnut aromas, is served at receptions at the White House and in gourmet restaurants in Washington D.C. "Sommeliers struggle to say if our wines are French or American, but we'll never match up to the leading houses in the Champagne region", he says.

French brands on a quest to conquer California

While they may not match up to French champagnes, the American versions make up half of the sparkling wine consumed in the United States every year. This figure led French champagne houses west to expand their market as early as the 1970s. Moët & Chandon, Piper-Heidsieck, Taittinger, Louis Roederer and Mumm have all invested in vineyards in California, and Frenchman Gilbert Gruet founded a winery in New Mexico. ...

Champagne français ou vin pétillant américain ?

« C'est une question de budget », explique Gary Westby, responsable des achats de champagne et vins pétillants pour les magasins K&L en Californie. « Nos vins pétillants californiens sont de qualité — mais c'est aux alentours de vingt dollars que nos vins sont plus avantageux que les champagnes importés. Par exemple, le Brut de Roederer Estate s'en tire admirablement pour un vin pétillant vendu à 21.99 dollars. Il offre un excellent rapport qualité-prix. Inversement, si un client souhaite dépenser cinquante dollars ou plus pour un vin pétillant californien, je risque de lui dire que ce n'est pas une bonne idée. Dans cette gamme de prix, les vins de Champagne offrent un niveau de qualité que je n'ai jamais vu en Californie. » ■

French champagne or U.S.-made sparkling wine?

"It's a question of budget", says Gary Westby, Champagne and Sparkling Wine Buyer for the K&L stores in California. "Our California sparkling wines have the quality — but we perform best under the price of imported Champagne, in the 20-dollar range. The Roederer Estate Brut, for instance, competes very well for a 21.99 dollars sparkling wine. It offers very good value for money. On the other hand, if a customer is looking to spend 50 dollars or more on a bottle of Californian sparkling wine, I might advise them that it's not such a great idea. The wines from Champagne in that price range deliver a level of quality I have never seen in California." ■

Sélection de vins pétillants produits aux États-Unis / Selection of sparkling wines produced in the United States

Roederer Estate, Hermitage (\$18.99) - California
Iron Horse, Rose (\$39.99) - California
Argyle, Extended Tirage 2005 (\$64.99) - Oregon
Schramsberg, J. Schram 2007 (\$99) - California





Arnaud Weyrich dirige la production de vin effervescent pour le domaine Roederer Estate, installé à Philo, au nord de San Francisco, depuis 1982. / Arnaud Weyrich is VP Production and Winemaker at the Roederer Estate, a winery founded in Philo, north of San Francisco, in 1982. © Olga Mironova

Aux États-Unis, les maisons champenoises profitent de lois plus souples pour produire des vins deux à trois fois moins chers qu'en France et couvrir deux segments distincts du marché américain : les champagnes importés de France, vendus à plus de quarante dollars la bouteille, et les vins pétillants supérieurs, vendus entre dix et quarante dollars. La fourchette des vins vendus à moins de dix dollars étant le domaine des « champagnes américains ».

« Nous sommes une maison française », rappelle Arnaud Weyrich, le directeur de la production de Roederer Estate, en Californie. « Nous appliquons sur un terroir étranger notre savoir-faire acquis en Champagne. » Les techniques sont champenoises, mais le climat est américain. Au nord de San Francisco, la maison Roederer cultive 240 hectares de vignes dans l'Anderson Valley — située à la même latitude que le sud de l'Espagne — et produit quatre types de *sparkling wines*. En raison du climat tempéré par l'océan Pacifique, chaud et sec en été, doux et pluvieux en hiver, le raisin mûrit plus rapidement que dans le nord de la France. « En Champagne, on court le risque de voir les pluies et le froid empêcher le raisin de mûrir », explique le vigneron. « En Californie c'est l'inverse : on se dépêche de ramasser le raisin avant qu'il ne soit trop mûr. »

Le « Pink Champagne » séduit l'Amérique

Le climat californien, plus clément, permet aux marques américaines de produire un vin longtemps méprisé en Champagne : le pétillant rosé. « Il est difficile de trouver du raisin noir qui soit suffisamment mûr pour pouvoir faire du rosé en Champagne, mais c'est facile ici en Californie », observe Arnaud Weyrich. À la différence du vin rosé, produit en laissant macérer du moût de raisin noir dans son jus clair, le pétillant rosé résulte d'un assemblage de cépages blancs et rouges. D'où sa réputation douteuse de vin frelaté. Jusqu'à sa mort en 1977, Lily Bollinger refusa que sa famille produise du « vin de prostituées ». Ironiquement, le rosé de Bollinger est aujourd'hui considéré comme l'un des meilleurs champagnes rosés du marché.

French champagne houses in the United States enjoy more flexible laws and can produce wines for two or three times less than in France, while covering two distinct segments on the American market: champagnes imported from France and sold at more than 40 dollars a bottle, and superior sparkling wines sold for between 10 and 40 dollars. The segment of wines sold at less than 10 dollars a bottle is given over to “American champagnes”.

“We are a French champagne house”, says Arnaud Weyrich, VP Production and Winemaker at the Roederer Estate in California. “We apply our skills and expertise learned in Champagne in another country.” The techniques are *champenoises*, but the climate is distinctly American. North of San Francisco, Roederer Estate cultivates 240 hectares of vines in the Anderson Valley — located on the same latitude as the south of Spain — and produces four types of sparkling wine. Given the temperature moderated by the Pacific Ocean, which creates hot, dry summers and mild, rainy winters, the grapes ripen quicker than in northern France. “In Champagne, there is always a risk of rain and the cold stopping the grapes from ripening”, says the winemaker. “In California, it's the opposite: we have to hurry to harvest all the grapes before they become too ripe.”

Pink Champagne wins over the Americans

The milder Californian climate enables American brands to produce a wine that was long scorned in Champagne: sparkling rosé wine. “It's hard to find black grapes that are ripe enough to make sparkling rosé wine in Champagne, but it's easy in California”, says Arnaud Weyrich. Unlike regular rosé wine, which is produced by macerating a must of black grapes in their clear juice, sparkling rosé wine is made by blending different white and red grape varieties. This helps to explain its dubious reputation as an adulterated wine. Until her death in 1977, Lily Bollinger actually forbade her family from producing what she referred to as “champagne for prostitutes”. Ironically, Bollinger rosé champagne is now considered one of the best on the market. ●●●

Riche en cépages blancs et rouges de qualité, la Côte Ouest se prête bien à la production de vin pétillant rosé. Longtemps considéré comme une fantaisie, surnommé « Pink Champagne », le rosé représente aujourd'hui quinze pour cent des vins effervescents consommés aux États-Unis. (Pour comparaison, la moyenne mondiale est aux alentours de neuf pour cent.) « Ce n'est pas qu'une tendance », observe Gary Westby, le responsable des achats de champagnes et de vins effervescents pour les magasins K&L en Californie. « Le rosé combine le meilleur de chaque cépage pour créer un vin aussi rafraîchissant qu'un vin blanc, mais qui offre une palette de saveurs riches et complexes normalement associées à un vin rouge. »

The West Coast of the United States is rich in white and red grape varieties, making it the ideal place to produce sparkling rosé wines. Long judged to be a novelty, and nicknamed “pink champagne”, rosé now makes up 15% of the sparkling wine consumed in the U.S.A. (In comparison, the global average is around 9%.) “It’s not a trend”, says Gary Westby, Champagne and Sparkling Wine Buyer for K&L stores in California. “Rosé wines combine some of the best flavors and elements from white wine and red wine. You have something that is refreshing like a white wine, but you also have this complexity and the layers that you usually get from a red wine.” ●●●



Own your piece of Provence...

Premier

Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY



In South Carolina!



www.welcometoprovence.com

Les vins effervescents passent à table

Plus qu'un filon lucratif exploité par les producteurs champenois et américains depuis une dizaine d'années, le rosé a permis aux marques de toucher un nouveau public. Aux États-Unis notamment — le second marché après le Royaume-Uni pour les champagnes français, mais le premier pour les champagnes rosés —, « nombre de clients peu familiers avec le champagne ont été attirés par la couleur », note Thibaut Le Mailloux, directeur de la communication du CIVC.

Pour attirer de nouveaux consommateurs, les producteurs cherchent aussi à étendre la saison des vins effervescents. Entre quarante et soixante pour cent des ventes de champagne se font au cours des deux derniers mois de l'année. Mais « vendre des bulles à Noël et au Nouvel An ne suffit pas », explique Arnaud Weyrich à Roederer Estate. En plus des magasins, les producteurs comptent de plus en plus sur les bars et restaurants pour vendre leurs vins. Aux États-Unis, le champagne se boit maintenant l'été, en semaine après le travail, à table au restaurant et le dimanche au moment du brunch. En témoigne la mode des Mimosa, Bellini et autres cocktails à base de vin pétillant (le site web américain de la maison Moët & Chandon propose quarante-sept recettes !). À force de dégustations et d'associations avec des grands chefs, les producteurs ont prouvé que leurs vins peuvent parfaitement accompagner un plat — gougères au fromage, plateau de fruits de mer, jambalaya aux épices cajuns ou tarte aux trois chocolats. « Un champagne ou un mousseux de garde millésimé », conclut Arnaud Weyrich, « peuvent parfaitement remplacer un vin blanc à table. » ■

Sparkling wines invited to dinner

Rosé wine is far more than a lucrative maneuver used by American and French winemakers for the last ten years, and has in fact enabled brands to tap into a new customer base. Especially in the United States — the second largest market for French champagnes after the UK, but the first for rosé champagnes — “many customers who are unfamiliar with champagne are drawn to the pink color”, says Thibaut Le Mailloux.

In an attempt to attract new consumers, producers are now looking to extend the season for sparkling wines. Between 40% and 60% of champagne sales are made during the last two months of the year. But “selling bubbly at Christmas and New Year’s is not enough”, says Arnaud Weyrich. As well as sales in stores, producers are increasingly turning to bars and restaurants to sell their wines. In the United States, champagne is now enjoyed in the summer, during the week after work, at meals in restaurants and on Sundays for brunch. The craze for Mimosas, Bellinis and other sparkling wine cocktails is ample proof, and the Moët & Chandon U.S. website even offers 47 difference recipes! Through tasting sessions and food pairing examples showcased by leading chefs, producers are showing that their wines are an excellent accompaniment for dishes such as cheese gougères, seafood platters, Cajun-spiced jambalayas and triple chocolate tarts. “A good vintage champagne or sparkling wine is an excellent replacement for a bottle of white wine at the table”, says Arnaud Weyrich. ■

SÉLECTION DE BULLES

A SELECTION OF BUBBLES

Gary Westby, responsable des achats de champagnes et de vins effervescents pour les magasins K&L en Californie, revient de son vingt-huitième voyage de prospection en Champagne. Pour *France-Amérique*, il présente sa sélection de champagnes importés.

Gary Westby, Champagne and Sparkling Wine Buyer for the K&L stores in California, is just back from his 28th prospection trip to the Champagne region in France. Exclusively for *France-Amérique*, he agreed to present his selection of must-try imported French champagnes.

Champagnes importés de France / Champagnes imported from France

Baron-Fuenté, Grande Réserve (\$23.99)

Composé de 10% de Pinot Noir, 30% de Chardonnay et 60% de Meunier, ce délicieux champagne a vieilli pendant trois ans sur lies. Ce vin a une très légère couleur d'or blanc, malgré un assemblage qui contient essentiellement des raisins noirs, et de fines bulles. Au nez, il est fleuri et exotique. Son épaisse richesse fixe les arômes de fleurs sauvages. En bouche, le vin est léger, équilibré et se termine sur une note franche. Ce champagne est un apéritif spectaculaire.

This delicious Champagne is composed of 10% Pinot Noir, 30% Chardonnay and 60% Meunier, and has been aged three years on the lees. The wine has a particularly light, white gold color for its predominantly black-grape blend, and has a very pretty, tight bead. On the nose it is flowery and exotic, with a doughy richness to anchor down the wildflower elements. On the palate the wine is well-balanced, light and finishes very cleanly. This Champagne is a spectacular *apéritif*.

Laurent-Perrier, Grand Siècle (\$109.99)

Un mélange de trois grandes récoltes – 1997, 1999 et 2002 – ce vin est composé de Chardonnay et de Pinot Noir récoltés parmi les grands crus de la région Champagne. C'est un must pour ceux qui aiment le champagne. Il présente des caractéristiques remarquables et un bouquet complexe. En bouche, la bulle est si fine qu'il est difficile d'imaginer des bulles plus petites. Les saveurs nettes et fraîches, cependant parfaitement abouties, témoignent de l'assemblage précis des trois grands millésimes.

This champagne is a blend of three great harvests – 1997, 1999, and 2002. It is composed of half Chardonnay, half Pinot Noir, and all the fruit comes entirely from *grand cru* villages in the renowned French region. This is a must for anyone who loves champagne. It has glorious detail and complexity on the bouquet. In the mouth, the bead is ultra-fine; it is hard to imagine smaller bubbles. The flavors are polished and fresh but still fully developed, in a testament to the precise blending of the three great vintages. A fantastic *tête de cuvée*!

Pierre Paillard, Grand Cru Brut (\$18.99)

La famille Paillard possède quatorze hectares de vignes dans la région de la Montagne de Reims, près du village de Bouzy, où ils cultivent leur propre sélection de Pinot Noir et de Chardonnay. Ce vin est composé de 60% de Pinot Noir et de 40% de Chardonnay avec environ un tiers de vins de réserve. Ce vin a un tel pouvoir et une telle présence qu'il mérite d'accompagner de grands mets tels que le homard. Élégant, il peut être également apprécié en apéritif.

The Paillard family owns 28 acres in the Montagne de Reims grand cru area, near the village of Bouzy, where they exclusively cultivate their own selection of Pinot Noir and Chardonnay. This wine is composed of 60% Pinot Noir and 40% Chardonnay, with about a third of reserve wines. This wine has such power and presence it deserves an appropriate pairing, such as lobster, but also has the elegance to be enjoyed as an *apéritif*.

Louis Roederer, Cristal 2009 (\$199.99)

Pendant de nombreuses années, Louis Roederer a été le plus grand propriétaire de vignoble biologique en Champagne, et c'est la première année que le Cristal est produit exclusivement à partir de ces cépages plantés à flanc de colline, sur le sol calcaire de la région. Parfaitement mûre, la récolte de 2009 a produit un vin précocité qui montre déjà tous les arômes et toutes les qualités d'un Cristal millésimé. Ceci dit, ce champagne est un vin calcaire, complexe et délicat qui a devant lui des décennies pour révéler son potentiel.

For many years now, Louis Roederer has been the largest organic vineyard owner in Champagne, and this is the first year that Cristal has been made exclusively from these organic, mid-slope, pure chalk sites. The ripe vintage of 2009 has made for a precocious wine that is already showing much more aroma and providing far more pleasure than Cristal normally does when first released. That being said, this is a chalky, complex, detailed champagne with decades and decades of time to shine!

Les prix indiqués sont susceptibles de varier d'un caviste à l'autre.

Please note that the prices indicated may vary from one wine merchant to another.