

FRANCE-AMÉRIQUE

For the Modern Francophile • Since 1943 • Bilingual



OCTOBER 2023 Volume 16, No. 9 USD 19.99 / CAD 25.50

The Age of *Raisin*

TELMONT The Green
Champagne Revolution

EDITORIAL Who's Richest,
France or the United States?

BETSY JOLAS A Finely
Tuned Transatlantic Life

"WEMBY-MANIA" The Success
of French NBA Players

CLAIRE DENIS
America's Long Shadow

JOSEPH KESSEL IN AMERICA
Journeys Through the Abyss

HANGAR Y A Unique
Art Space near Paris

NOLO A Fresh
Take on Wine



TELMONT, LA RÉVOLUTION DU CHAMPAGNE **VERT**

Entretien avec

LUDOVIC
DU PLESSIS

INTERVIEW CLÉMENT THIÉRY
FR + ENG TRANS. ALEXANDER UFF

Avec son vélo pliant et sa veste façon bleu de travail, Ludovic du Plessis ne passe pas inaperçu dans le monde du luxe. « Climato-optimiste » à l'enthousiasme contagieux, l'ancien cadre de Dom Pérignon aux États-Unis s'est donné pour objectif de produire le champagne le plus respectueux de l'environnement au monde. Pour ce faire, il mise sur la maison centenaire Telmont, le groupe français Rémy Cointreau et un actionnaire américain célèbre pour son engagement en faveur de la nature : Leonardo DiCaprio.

L'année dernière, Leonardo DiCaprio est devenu actionnaire de votre maison de champagne. Comment est née votre collaboration ?

Ludovic du Plessis : Nous nous connaissons depuis une quinzaine d'années. À cette époque, je me posais des questions sur le changement climatique, mais je n'en mesurais pas encore les conséquences. C'est lui qui a planté la graine du développement durable dans ma tête. Porte-parole des Nations unies sur les questions environnementales, il est très actif. Il m'a conseillé le documentaire *Can We Cool the Planet?* (2020) et ça m'a fait réfléchir. Je me suis alors demandé : « Comment allier mon plaisir, la Champagne, avec un métier qui serait bénéfique pour l'environnement. »

Ludovic du Plessis, président de Telmont, avec Leonardo DiCaprio, qui est entré au capital de la maison française en 2022. Telmont president Ludovic du Plessis with Leonardo DiCaprio, who invested in the French winery in 2022. © Champagne Telmont

C'est ainsi que vous avez racheté la maison Telmont...

Exactement. Avant cela, je me suis occupé pendant dix ans du champagne Dom Pérignon et pendant sept ans du cognac Louis XIII. En quête d'un domaine à vendre, j'ai enfourché mon vélo pliant – je m'y suis mis lorsque je vivais à New York ! – et j'ai écumé la Champagne. J'avais quatre critères en tête. Je cherchais une maison historique, une affaire familiale, une gamme de grands vins et une exploitation qui ait commencé la transition vers l'agriculture biologique. Beaucoup de maisons cochaient les trois premières cases, mais la quatrième relevait presque de la mission impossible ! À peine 4 % du vignoble champenois est certifié bio. Ça veut dire zéro herbicides, zéro pesticides, zéro fongicides. C'est aussi simple que ça. Bertrand Lhôpital, l'arrière-petit-fils du fondateur de la maison Telmont, avait

commencé à convertir ses parcelles. Nous sommes aujourd'hui quatre actionnaires : le groupe Rémy Cointreau, mon employeur, qui est majoritaire, Bertrand Lhôpital, qui est directeur du vignoble et chef de cave, moi-même et Leonardo DiCaprio. Il a visité le domaine et a tout de suite compris notre philosophie. Ce n'est pas une égrérie, mais un investisseur qui faisait sens pour Telmont. Il suit ce que nous faisons et nous donne des conseils.

Revenons sur les cinq années que vous avez passé à New York, lorsque vous travailliez pour le groupe LVMH. En quoi cette expérience vous a-t-elle influencé ?

Je suis amoureux des États-Unis. C'est un pays qui m'a accueilli, moi et ma famille, à bras ouverts. C'est un pays qui a le sourire et la *positive attitude* – tout ce que j'aime ! J'ai la chance d'avoir trois enfants qui ont appris l'anglais au Lycée Français

de New York et ont gardé cette *positive attitude*. Tous les jours, je rencontrais des gens inspirants. Trois rencontres en particulier ont changé ma vie : Leonardo DiCaprio, Serena Williams et Spike Lee. Ils m'ont ouvert leur porte et c'est fantastique de pouvoir échanger des idées avec des gens comme eux. Ceci, associé à l'architecture de Manhattan, m'a tiré vers le haut. À Paris, j'aurais pu rester dans le cognac, présider une superbe maison comme Louis XIII, mais les États-Unis m'ont encouragé à sortir de ma zone de confort. J'avais envie d'essayer de nouvelles choses et de prendre des risques.

Produire le meilleur champagne, sans compromis sur le plan du changement climatique et de la façon la plus durable possible. Comment vous attaquez-vous à une mission aussi ambitieuse ?

C'est le projet « Au nom de la Terre », lancé le 21 juin 2021. Pour nous guider, nous nous sommes entourés des meilleurs spécialistes, et notamment du cabinet de conseil en stratégie environnementale Quantis [qui travaille aussi avec Apple, Bel, Chevron, EDF, General Mills, la SNCF, Starbucks ou Unilever]. Face au dérèglement climatique, l'Accord de Paris préconise de réduire au maximum notre empreinte carbone et ce, afin de limiter le réchauffement à 1,5°C. Tous les gestes comptent. Nous avons commencé par la terre, en restaurant la biodiversité et en plantant des charmes et des couverts végétaux pour capter le dioxyde de carbone. Le Comité interprofessionnel du vin de Champagne a fait un travail extraordinaire et toute la région s'y est mise. Mais ce n'est pas assez. Il faut maintenant passer à l'agriculture biologique, sur nos propres parcelles comme celles de nos partenaires. Aujourd'hui, 60 % de nos 80 hectares sont certifiés agriculture biologique ou en passe de l'être.



Votre révolution touche aussi l'emballage...

En effet, pour atteindre notre objectif d'être *net positive* d'ici 2050, c'est-à-dire réduire drastiquement nos émissions et capturer plus de CO₂ et autres gaz à effet de serre que nous en émettons, il faut aller encore plus loin. C'est ce que nous expliquons dans notre guide du développement durable en Champagne, publié en janvier. La bouteille elle-même représente entre 24 et 30 % de notre empreinte carbone. Nous avons donc mis fin aux bouteilles « prestige », qui pèsent plus lourd : 900 grammes, contre 835 grammes pour la « champenoise » classique. À l'aide de l'entreprise Verallia, nous avons réduit ce poids à 800 grammes en développant la bouteille la plus légère du marché. Enfin, nous avons arrêté les bouteilles transparentes au profit de bouteilles vertes, produites à 87 % à partir de verre recyclé. Dans la même lancée, nous avons arrêté les coffrets cadeaux. Nous réduisons ainsi de 8 % l'empreinte carbone pour chaque bouteille produite. Ce n'est pas anodin. En février, notre politique *The best packaging is no packaging* a gagné la médaille d'or du meilleur emballage décernée par le magazine *The Drinks Business* ! Ça signifie que les mentalités sont en train de changer.

« Le style Telmont, c'est la finesse de la bulle. C'est un vin qui a un vrai corps, mais qui n'est pas lourd, un vin très aérien, à la fois frais, élégant et mature. Il est aussi très faiblement dosé en sucre. »





Comment décririez-vous votre champagne à nos lecteurs qui ne connaissent pas encore Telmont ? Quelle est l'influence du raisin bio sur les arômes ?

Le style Telmont, c'est la finesse de la bulle. C'est un vin qui a un vrai corps, mais qui n'est pas lourd, un vin très aérien, à la fois frais, élégant et mature. Il est aussi très faiblement dosé en sucre, comme indiqué sur nos étiquettes – nous sommes transparents. Sa palette aromatique change d'une année sur l'autre, selon ce que la nature nous apporte. Ensuite, le champagne bio est-il meilleur que le non-bio ? C'est un faux débat, selon moi. Le goût est tellement subjectif. Par contre, nous avons commencé les vendanges hier [le 5 septembre] et je peux vous dire que je trouve plus de pourriture sur les grappes conventionnelles que sur celles bio. En bouche, le raisin bio a un éclat, une texture...

Vous exportez aux États-Unis 30% de votre production annuelle, soit 100 à 130 000 bouteilles : une goutte d'eau par rapport aux grandes marques qui inondent le marché. Comment vous distinguez-vous ?

Telmont, c'est une démarche exclusive. Globalement, plus de 70 % de nos ventes se font dans les restaurants. Nous travaillons avec des adresses influentes et pour lesquelles le développement durable est primordial : la Table de Colette de Josselin Marie à Paris, l'Oustau de Baumanière de Glenn Viel aux Baux-de-Provence, le restaurant de Guy Savoy à Las Vegas, le Daniel de Daniel Boulud à Manhattan, Peak ou encore Casa Cipriani. Le reste de nos ventes, ça va être des cavistes très ciblés à New York, Miami, Los Angeles, Houston ou Atlanta. Vous ne trouverez pas Telmont chez Costco ! Nous réalisons aussi beaucoup de ventes directes, à notre propriété de Damery, à côté d'Épernay, ou via notre plateforme de e-commerce.

🕒 Bertrand Lhôpital, directeur du vignoble, chef de cave et arrière-petit-fils du fondateur de Telmont. Bertrand Lhôpital, vineyard manager, cellar master, and great-grandson of the founder of Telmont. © Champagne Telmont

En parlant d'export, votre champagne traversera bientôt l'Atlantique à la voile. Un autre geste pour l'environnement ?

Depuis juin 2021, plus une seule de nos bouteilles n'est acheminée par avion. Tous nos envois vers l'Amérique et l'Asie se font par bateau. Nous avons conclu un partenariat avec la société française Neoline, qui lancera un voilier-cargo de 136 mètres en 2025. Sur le domaine, nos véhicules sont électriques et nos tracteurs fonctionnent au bio-carburant. Nous-mêmes faisons un effort et venons travailler en train et/ou à vélo ! Si nous voulons continuer à produire du champagne dans un siècle, c'est à nous de montrer la voie. ■

THE GREEN CHAMPAGNE REVOLUTION

With his foldable bicycle and his blue worker's jacket, Ludovic du Plessis certainly stands out in the luxury world. This contagiously enthusiastic "climate optimist" is a former executive for Dom Pérignon in the United States, and is now working to produce the world's most environmentally friendly Champagne. In pursuit of this objective, he is working with century-old vineyard Telmont, French group Rémy Cointreau, and an American investor renowned for his environmental activism, Leonardo DiCaprio.

Leonardo DiCaprio became a shareholder of your Champagne house last year. How did this partnership come about?

Ludovic du Plessis: We've known each other for about 15 years. Back then, I was starting to read about climate change, but I didn't yet understand its true consequences. He planted the seed of sustainable development in my mind. He is highly active in his role as a U.N. spokesperson for environmental issues. He recommended the documentary *Can We Cool the Planet?* (2020) and it really got me thinking. I asked myself: "How can I combine one of my personal pleasure, the Champagne region, with a profession that helps the environment?"

And that's how you acquired the Telmont winery...

Exactly! Before that, I spent ten years managing Dom Pérignon Champagne and seven years managing Louis XIII Cognac. When I started searching for a wine estate on the market, I got on my folding bike – I started riding while living in New York City! – and scoured the Champagne region. I had four criteria in mind: I was looking for a longstanding winery, family-run, offering a range of great wines, and which had already begun the transition to organic farming. Many places ticked the first three boxes, but the fourth was almost impossible to find! Barely 4% of Champagne vineyards have organic certification. Achieving this status means using no herbicides, pesticides, chemical fertilizers, or fungicides. It's as simple as that. However, Bertrand Lhôpital,

the great-grandson of Telmont's founder, had begun converting his plots. Today, the business is overseen by four shareholders: the Rémy Cointreau group, my employer, which has the majority stake, Bertrand Lhôpital, the vineyard manager and cellar master, myself, and Leonardo DiCaprio. He visited the estate and immediately understood our philosophy. He's not the face of Telmont, but rather an investor whose ideas resonated with ours. He monitors what we do and gives us advice.



Going back to the five years you spent in New York working for the LVMH group, how did this experience influence you?

I am in love with the United States. It's a country that has welcomed my family and I with open arms. A country with a smile and a positive attitude – everything I love! I am lucky enough to have three children who learned English at the Lycée Français in New York, and they have kept this positive attitude. I met inspiring people every day while I was there. Three encounters in particular really changed my life: Leonardo DiCaprio, Serena Williams, and Spike Lee. They invited me into their worlds, and it is amazing to be able to exchange ideas with people like them. This, combined with Manhattan's vertical architecture, helped to define who I am today. In Paris, I could have stayed in Cognac, directing a superb brand like Louis XIII, but America encouraged me to get out of my comfort zone. I wanted to try new things and take risks.

You want to produce the best Champagne, as sustainably as possible, and without compromising on the environment. How are you approaching such an ambitious challenge?

Through "In the Name of Mother Nature," a project we launched on June 21, 2021. To guide us, we have enlisted the help of leading specialists, including environmental strategy consultancy Quantis [which also works with Apple, Bel, Chevron, EDF, General Mills, SNCF, Starbucks, and Unilever]. Faced with tackling climate change, the Paris Agreement calls for us to reduce our carbon footprint as much as possible to limit global warming to 2.7°F. Every tiny action counts. At the vineyard, we have started with the land, restoring biodiversity and planting hornbeam and cover crops to capture carbon dioxide. The Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne, a local trade body, has done an extraordinary job and the entire region has joined the effort. But it's still not enough. The transformation to organic farming needs to continue, both across our

own plots and those managed by our partners. Today, 60% of our 200 acres have organic certification or are in the process of obtaining it.

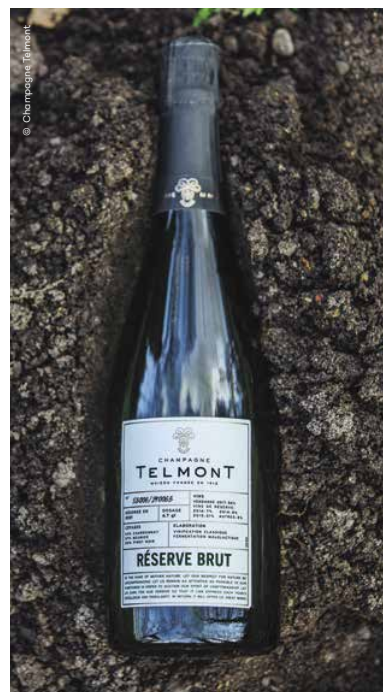
Your revolution also applies to packaging...

That's right! To achieve our goal of being net positive by 2050, meaning drastically reducing our carbon emissions and capturing more CO₂ and other greenhouse gases than we emit, we need to go even further. This is what we explain in our guide to sustainable development in Champagne, published in January. Bottles themselves make up between 24% and 30% of our carbon footprint. We have therefore discontinued our "prestige" bottles, which weighed 37 ounces, compared with 30 ounces for the classic "Champenoise" bottles. With the help of glassmaker Verallia, we have reduced this to 28 ounces by developing the lightest bottle on the market. Lastly, we have stopped using transparent bottles in favor of green bottles, which are made using 87% recycled glass. We have also stopped selling gift boxes. As a result, we have reduced our carbon footprint by 8% for every bottle produced – no small feat! And in February, our "The best packaging is no packaging" policy won *The Drinks Business* magazine's gold medal for best packaging! This means that attitudes are starting to change.

How would you describe your Champagne to our readers who have not yet tried Telmont? And how do organic grapes impact the flavors?

The Telmont style is all about the finesse of the bubbles. Our Champagne is full-bodied but not heavy; it is ethereal, fresh, elegant, and mature. It is also very low in sugar, as indicated on our labels – we are transparent. Its aromatic palette changes from year to year, depending on what nature provides. Then there is the question of whether organic Champagne is better than non-organic Champagne. I think this is a non-debate as taste is

"The Telmont style is all about the finesse of the bubbles. Our Champagne is full-bodied but not heavy; it is ethereal, fresh, elegant, and mature. It is also very low in sugar."



so subjective. However, we did start harvesting yesterday [September 5], and I have found more rot on the conventional grapes than on the organic ones. And on the palate, organic grapes do have a unique punch and texture...

You export 30% of your annual production to the United States. This represents between 100,000 and 130,000 bottles – a drop in the ocean when considering the major brands flooding the U.S. market. How do you set yourself apart?

Telmont is driven by exclusivity. Over 70% of our sales are in restaurants, and we work with influential establishments whose priorities include sustainable development, such as Josselin Marie's Table de Colette in Paris, Glenn Viel's Oustau de Baumanière in Baux-de-Provence, Guy Savoy's restaurant in Las Vegas, and Peak, Casa Cipriani, and Daniel Boulud's Daniel in Manhattan. The rest of our sales are made in a careful selection of wine shops in cities such as New York, Miami, Los Angeles, Houston, and Atlanta. You won't find Telmont at Costco! We also make a lot of direct sales, both on our estate in Damery, near Épernay, and through our online store.

Speaking of exports, your champagne will soon be shipped across the Atlantic by sailboat. Is this another eco-friendly gesture?

Not a single bottle has been shipped by air since June 2021, and all our shipments to America and Asia are made by boat. We concluded a partnership with the French company Neoline, which will be launching a 446-foot cargo sailboat in 2025. On the estate, our vehicles are electric and our tractors run on biofuel. We also make an effort and commute to work by train and/or bicycle! If we want to continue producing Champagne a century from now, it's up to us to lead the way. ■

