

Valentine Picant, une vigneronne qui échappe à la crise bordelaise

La directrice du domaine Hostens-Picant, dans l'Entre-deux-Mers, privilégie la vente directe et s'efforce de diversifier ses clients, en se tournant notamment vers le marché africain.

Par Laure Gasparotto (Les Lèves-et-Thoumeyragues (Gironde), envoyée spéciale)

Publié le 23/04/2025



Valentine Picant, directrice du domaine Hostans-Picant, aux Lèves-et-Thoumeyragues (Gironde), en février 2025. ISBJORN VIOT

Nous sommes dans l'Entre-deux-Mers, cette bande de terre du Bordelais, entre Garonne et Dordogne, réputée pour ses blancs à prix doux, mais qui est aujourd'hui l'un des vignobles les plus touchés par la crise de surproduction de vin, au point qu'on y arrache des vignes. La vigneronne Valentine Picant, à la tête du domaine Hostens-Picant, dans l'appellation sainte-foy-côtes-de-bordeaux, est loin de ces tourments. Car elle a su dynamiser un carnet de clients atypique, qui lui permet de voir l'avenir avec une certaine sérénité. Et donc de montrer une voie au Bordelais pour sortir de la crise.

En ce dimanche d'avril, la dynamique vigneronne n'a pas le temps de profiter de la piscine du domaine, ou de souffler un instant face au coteau de vignes ourlées de forêts, qui entourent la belle demeure du XV^e siècle, plantée dans un village de 600 âmes, Les Lèves-et-Thoumeyragues (Gironde). Elle a préparé un navarin d'agneau géant pour une quinzaine de clients du Nigeria.

Ces derniers ont choisi de venir jusqu'ici, dans le vignoble côtes-de-bordeaux, plutôt que dans celui du réputé saint-émilion, à 24 kilomètres. A 37 ans, la jeune femme dirige un domaine de 41 hectares de l'Entre-deux-Mers, que ses parents ont acheté « *en cinq minutes* » il y a presque quarante ans, en 1986, et qu'elle a rejoint en 2013.

Comme eux, Valentine reçoit à la maison, parce qu'elle adore tisser des relations fortes avec les clients. Comme eux, elle sait trouver les arguments pour vendre son vin. Sans doute son diplôme d'avocate l'a bien formée à la négociation. Elle dirige aujourd'hui huit employés, en étant aidée par sa mère, Nadine, pour les questions administratives.

Un débouché inhabituel

La place de Bordeaux, animée par des dizaines de négociants, chargés de vendre dans le monde entier des millions de bouteilles de la région, est en crise – les stocks invendus des années précédentes s'accumulent, les liquidités manquent. Mais ça ne touche pas le domaine Hostens-Picant. « *On n'a jamais beaucoup travaillé avec le négoce de Bordeaux, car, depuis le début, mes parents ont construit notre propre marché. Vendre nous-mêmes des bouteilles fait partie de notre ADN. Et c'est notre force aujourd'hui* », analyse Valentine Picant.

L'Afrique est un débouché important pour ce domaine, ce qui est inhabituel. Quand nous sommes passés sur le stand d'Hostens-Picant, au dernier salon Wine Paris, en février, une quinzaine d'acheteurs du Nigeria s'y trouvaient, dégustant des plats africains avec les vins. « *Je me suis rendue trois fois au Nigeria, où j'ai créé de très beaux liens*, raconte Valentine Picant. *J'aime beaucoup les gens de ce pays, leur gaieté. Dès qu'il y a un mariage, il y a vite cinq cents invités, ce qui représente une sacrée aubaine pour servir du vin.* »

C'est il y a trois ans que la vigneronne de Sainte-Foy a rencontré une agente de vins nigériane installée à Bordeaux, Chinedu Rita Rosa, qui lui a fait découvrir son pays. Le domaine Hostens-Picant y expédie depuis 10 000 bouteilles par an, avec un potentiel de développement prometteur. « *Je vais y retourner en octobre, ainsi qu'en Côte d'Ivoire* », annonce Valentine : elle travaille déjà avec cinq ou six pays d'Afrique, auxquels devrait bientôt s'ajouter le Maroc, qui est « *en train de se développer au niveau du vin* ».

Valentine Picant dit qu'il faut « *s'armer de patience* » pour vendre du vin en Afrique. Mais ce travail de fond participe d'une stratégie globale : le marché français, qui représente 40 % de ses ventes, étant de plus en plus difficile car concurrentiel, la directrice d'Hostens-Picant parcourt personnellement de nombreux pays afin de diversifier au maximum les acheteurs. Cela lui permet aussi de « *ne pas être prise au dépourvu en cas de retournement de situation* ». Comme sur le marché américain, où les incertitudes sur les conséquences de la guerre commerciale lancée par Donald Trump demeurent.

Un peu un modèle pour l'appellation

Valentine Picant aborde, par exemple, le marché chinois avec une méthode différente de celle de son père, qui privilégiait les gros cavistes. « *Pour moi, ce ne sont pas les quantités de bouteilles expédiées qui comptent. Je préfère approfondir mes liens sur le long terme et valoriser ma marque auprès des restaurateurs et des hôteliers. J'ai donc changé mon distributeur en Chine pour travailler ce marché* », explique Valentine, qui a découvert ce pays à 8 ans, lors d'un voyage avec ses parents.

Ses deux enfants en bas âge ne l'accompagnent pas encore dans ses nombreux voyages, elle qui a toujours une valise à proximité : elle passe deux ou trois jours ici ou là très régulièrement en Europe, et une quarantaine de jours par an sur d'autres continents.

La vigneronne y met en avant les atouts de ses vins, des rouges pour les trois quarts : ils sont bio, de gastronomie, à des prix abordables, soit de 10 à 40 euros pour le consommateur. Elle est devenue un peu un modèle pour la quinzaine de vigneron de son appellation qui viennent de se fédérer pour la première fois autour d'une opération commune. Le 8 avril, ils se sont retrouvés à Bordeaux pour faire déguster leurs cuvées à des professionnels. « *C'était une première, on verra comment continuer à nous organiser de manière collective, peut-être avec des journées portes ouvertes* », résume la pétillante jeune femme, qui sait que vendre du vin est aussi difficile que d'en faire du bon. Il faut simplement se réinventer sans cesse...