

# Un Millésime de trente ans

*Le caviste strasbourgeois vient de fêter ses trente ans d'existence en traversant les modes et les changements comportementaux liés à la consommation de vins et d'alcools.*

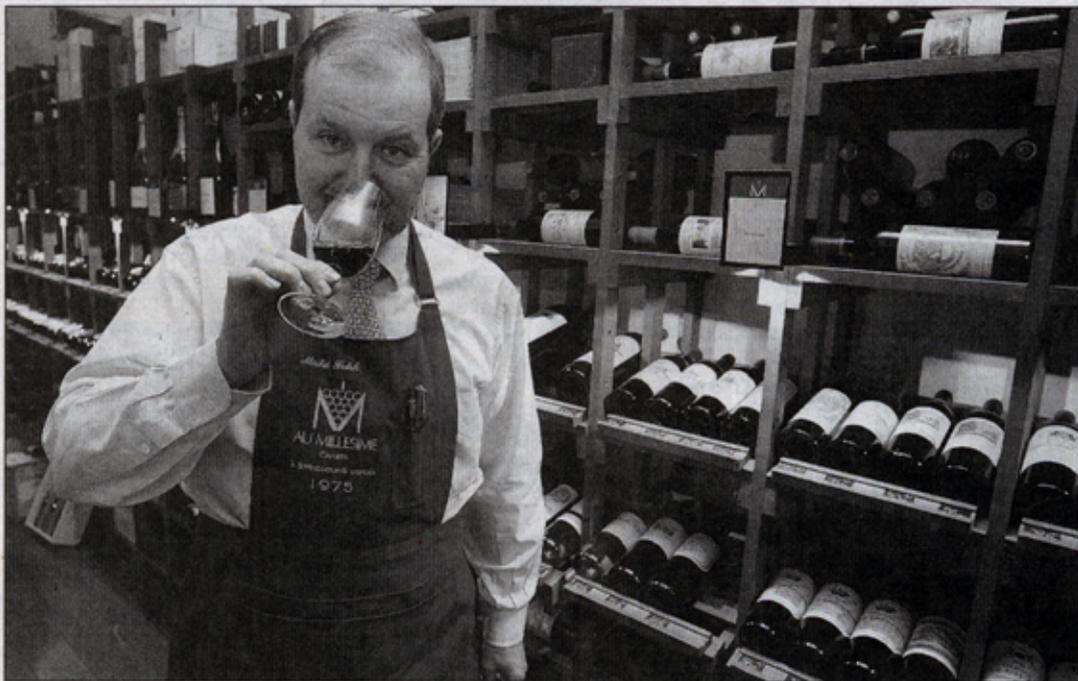
Cela fait dix ans que Michel Falck dirige le Millésime, une maison qui fut créée, il y a trente ans, par Robert Haeffner, l'ancien patron de Managing. Ce spécialiste du recrutement avait une passion pour le vin et avait décidé, en 1975, d'ouvrir un magasin dédié à Bacchus, avenue de la Marseillaise.

Titulaire d'un BTS de l'école hôtelière de Strasbourg, d'un MBA en management hôtelier et après avoir suivi les cours de l'Académie du vin, Michel Falck s'était mis à la recherche d'un local pour ouvrir un négoce lorsqu'il apprend que le Millésime était à vendre. « C'était un rêve d'enfant, moi qui suis issu d'une famille de commerçants », confesse-t-il.

## 1 300 références

Michel Falck finira cependant par transférer le Millésime rue du Temple-Neuf, un lieu plus proche du centre-ville, « en raison de deux inconvénients majeurs. Les cinq caves ne communiquaient pas avec le magasin ce qui créait beaucoup de problèmes, d'autant plus que la surface de vente était réduite. De 35 m<sup>2</sup>, nous sommes ainsi passés à 100 m<sup>2</sup>, ici, où nous disposons de caves qui sont reliées au magasin par des escaliers et par un monte-charge ». La cave dispose d'un contrôle de température de d'hygrométrie et permet de stocker les 1 300 références que propose Le Millésime dont 500 pour les alcools.

La consommation d'alcools forts a fortement diminué dans les restaurants, en raison de la législation française de lutte contre l'alcoolémie, mais les ventes au détail n'ont pas été affectées. « Les whiskies et les rhums ont succédé, dans le goût des gens, aux calvados, cognacs, armagnac et autres eaux-



DOMINIQUE GUTEKUNST

**Michel Falck conseille les amateurs de bonnes bouteilles depuis une dizaine d'années dans son magasin trentenaire qui est situé à présent rue du Temple-Neuf.**

*de-vie qui gardent néanmoins la faveur des clients plus âgés », détaille Michel Falck. Quant aux vins, il relève qu'il y a de moins en moins de personnes qui en boivent quotidiennement : ils préfèrent opter pour la qualité et orientent leurs choix vers de bonnes bouteilles à déboucher le week-end, « avec une recherche de plus en plus poussée pour l'accord mets et vins tout en essayant d'élaborer des repas à partir de recettes de grands chefs ».*

## De 3 à 2 700 euros

Il constate aussi que de moins en moins de gens achètent des vins pour les faire vieillir, ce qu'il trouve dommage, et s'orientent vers des

vins prêts à boire. Il admet également que sa clientèle est essentiellement constituée de gens plutôt aisés, rarement des jeunes, en raison certainement du manque de pouvoir d'achat.

De ses contacts avec les amateurs de vins, il retient que les Alsaciens sont très chauvins. « S'ils s'ouvrent un peu aux vins du Nouveau monde, en revanche, ils rechignent à déguster les vins du Rhin allemands ». Il met cela sur le compte d'un « blocage culturel ». En valeur, ce sont les champagnes – puisque les bouteilles commencent à 18 euros – qui sont les plus vendus et qui font la réputation du Millésime, devant les bourgognes, puis viennent à égalité les

bordeaux et les alsaces. Il souligne que « les Allemands s'orientent davantage vers les entrées de gamme et discutent les prix à l'inverse des Japonais qui veulent ce qu'il y a de meilleur et ne regardent pas à la dépense, tandis que les Italiens sont de grands amateurs ».

Aidé d'un œnologue, Jean Frédéric Eckert, et d'un sommelier, Emmanuel Maire, ils parcourent la France pour aller déguster les bouteilles qu'ils proposeront ensuite en magasin. Les premiers prix démarrent à 3 euros, pour un vin du Pays d'Oc, et peuvent atteindre 2 700 euros comme pour ce Petrus 1990.

**ALVEZIO BUONASORTE**