



JEAN-CLAUDE BECK

UN VIGNERON À L'AMÉRICAIN



Woodinville

« Tu as un certain talent, mais il va falloir apprendre à parler anglais ».

Voilà le conseil donné par Robert Mondavi, fer de lance des vins californiens, à Jean-Claude Beck. Si ce dernier doit progresser dans la langue de Shakespeare, c'est qu'il a décidé de refaire sa vie aux États-Unis après 20 ans passés dans la vigne familiale à Dambach-la-Ville. Nous sommes en 2001, ce vigneron alsacien a déjà eu l'occasion de voir ailleurs mais cette fois-ci, il veut y rester longtemps.

Ses atouts? Son savoir-faire et sa *French Touch* évidemment. « Ça apporte quelque chose puisque la France a bonne réputation ». D'abord touche-à-tout dans une *winery* franco-américaine, une fois le vocabulaire acquis, il devient *wine maker* dans l'État de Washington. Alors qu'en France, le domaine se transmet de père en fils, aux États-Unis, ce sont des start-up qui créent des établissements viticoles. Elles les revendent quelques années plus tard en touchant au passage une belle plus-value. Jean-Claude Beck fait rapidement ses preuves pour développer ces fameuses *winery*: « Plus on a de succès, plus on est demandé ».

Son premier gros succès, c'est d'être passé d'une production de 5 000 à 350 000 caisses de bouteilles en quelques années. Comme un chef cuisinier qui s'occupe de plusieurs restaurants, Jean-Claude Beck supervise maintenant différents établissements. Installé à 20 kilomètres de Seattle, il rayonne dans la Napa Valley californienne et l'État de Washington.



Les investisseurs ne sont pas issus du monde viticole, ce sont des millionnaires, des ingénieurs de Microsoft, de Boeing, d'Amazon. « J'ai travaillé aussi pour le créateur d'Excel, ce sont des gens intéressants. Ils découvrent le vin, ils s'y intéressent, ils aiment vivre à la française, on est là pour leur apporter ça ».

Pour développer ces *winery*, il faut être à la fois bon vigneron et bon vendeur. Jean-Claude Beck se charge de sélectionner les cépages. Dans son secteur il se régale. Il peut jongler avec les Syrah et Cabernet, il bénéficie d'une mosaïque de sols; quant au soleil, il brille 300 jours par an. Pour les ventes, il s'entoure d'équipes marketing chargées du packaging et de la distribution. L'équation qui fonctionne? « Bon vin, bonne communication et belles étiquettes, les consommateurs sont jeunes, ils découvrent; ici, c'est un marché gigantesque, en pleine progression ».

Pour jouer la carte du vigneron jusqu'au bout, il assure des séances de dédicaces de bouteilles. À ce moment-là, son accent français ajoute évidemment



du cachet. Mais dans son quotidien, Jean-Claude Beck, remarié avec une Américaine, va plutôt se fondre dans le décor, c'est un de ses principes. « Je m'adapte à la communauté, je vis pareil qu'eux et ne critique pas en comparant tout le temps avec la France ». Preuve en est, les jours de match des équipes de Seattle, il porte leur maillot comme tous les autres supporters.

L'Alsace, il vient d'y retourner pour la présenter à sa femme et, même si le retour aux sources est rare, il souhaite toujours la valoriser. Depuis cinq ans, il est « ambassadeur »: il aide et accueille les Alsaciens. Il a par exemple organisé un stage pour une étudiante de l'école de management de Strasbourg. « Je lui ai trouvé une place dans une winery, elle était très contente. C'est un petit geste mais c'est sympa quand c'est utile ». Pour la suite, Jean-Claude Beck aimerait développer sa propre marque de vins et côté loisirs, partir naviguer dans le Pacifique. Ayant fait son service dans la Marine étant jeune, il est passionné de voiliers et d'océans. Mais rien ne presse puisqu'à 60 ans, il a toujours l'impression d'en avoir 35 !

L'Alsace, il vient d'y retourner pour la présenter à sa femme et même si le retour aux sources est rare, il souhaite toujours la valoriser.

