

LES CUVÉES GRÊLE DE TROIS AUDACIEUX

EXPÉRIENCES ➔ Touchés de plein fouet par la grêle, souvent à 100 %, des vigneron ont décidé de ne pas baisser les bras en commercialisant des cuvées grêle. Retours d'expériences. MARION IVALDI

Grêle 2012 fait bondir les ventes aux États-Unis

GRÊLE 2012 EST LA CUVÉE DE RAIMOND DE VILLENEUVE.



Grêle 2012 est une cuvée issue du don de vendange d'une quarantaine de vigneron au Château de Roquefort, situé à Roquefort-la-Bédoule, dans les Bouches-du-Rhône. Largement médiatisée, Grêle 2012 est la première de ce genre en France. "Nos clients ont tous réagi très positivement à l'exception d'un acheteur belge de Flandre... Les Américains ont adoré cette histoire, ce qui s'est ressenti dans nos ventes. Nous avons fait un bond de 15 % en volume et 17 % en valeur, les États-Unis représentant 25 % de nos ventes globales", explique Raimond de Villeneuve, à la tête du château de Roquefort. 130 000 bouteilles ont été commercialisées, soit 80 % de la vendange 2011 du château, volume imposé par les douanes. "Vu l'engouement, nous aurions pu vendre 200 à 300 hectolitres de plus", estime Raimond de Villeneuve. Le bilan est donc plus que positif et Grêle 2012 a été un très bon plan de sauvetage. Raimond de Villeneuve poursuit : "je ne peux qu'encourager ce type de plan de sauvetage, c'est bien plus efficace que n'importe quelle assurance et c'est une aventure extraordinairement enrichissante à tous les niveaux ! Pour une année comme 2014, je trouve que c'est dommage de ne pas voir davantage d'initiatives comme la mienne". Autre regret : l'impossibilité d'avoir pu réitérer l'expérience en 2013 où la productivité de ses vignes était bien entendu entachée par la grêle (volumes en baisse de 40 %). Plusieurs vigneron étaient prêts à le soutenir à nouveau, mais les douanes n'ont rien voulu entendre... ●

La Part de l'Orage reconstitue la trésorerie en un temps record

À la tête du Mas de mon Père, situé sur la commune d'Arzens (Aude), Frédéric Palacios a vu ses vignes lapidées par l'orage de grêle de juillet dernier. Très entouré par ses amis vigneron (ou pas), il a su réagir très vite. Quelques semaines après la destruction de son vignoble, il décide de créer une cuvée de solidarité baptisée La part de l'Orage, du titre du recueil de nouvelles de Grégory Nicolas. Elle sera vinifiée à partir de dons de raisins des vigneron de l'association Changer l'Aude en vin. "J'ai proposé à mes clients d'acheter mes bouteilles 2014 en primeur à dix euros par col. Elles seront livrées au printemps 2015", explique Frédéric Palacios.

"Seize vigneron se sont engagés à me réserver entre 500 et 1 000 kilos chacun"

Au 20 août, il décomptait une commande de 1 200 bouteilles. "De quoi reconstituer une trésorerie et me permettre d'acheter du raisin auprès du domaine Legodar pour compléter le manque de vendange", poursuit-il. L'initiative n'est pas sans contrainte, souligne-t-il. "Si cette année, les douanes me donnent l'autorisation d'acheter du raisin, quid de l'année prochaine où inévitablement ma vendange sera faible ?"

Par ailleurs, l'initiative ne résoudra pas tout : pour assurer la pérennité du Mas de mon Père, Frédéric Palacios doit vendre la totalité de son stock. ●



FREDERIC PALACIOS CREE LA PART DE L'ORAGE, suite à la grêle 2014.

16 H 28 EST IMAGINEE PAR UN VITICULTEUR SUISSE : PHILIPPE BOVET.



16 h 28 devient un collector

Philippe Bovet voit sa production disparaître suite à plusieurs épisodes de grêle en 2013. Devant, l'ampleur du désastre, ce viticulteur suisse décide de récolter tout de même ses neuf hectares dont il tirera moins de 1 800 kg de raisin. Il fait un pari : il vinifie chaque cépage séparément (15 variétés différentes) et assemble tous les rouges ensemble.

Même chose pour les blancs. "En avril, quand j'ai dégusté, j'ai été surpris : c'était bon", se rappelle Philippe Bovet. Il décide donc de commercialiser et choisit un nom : 16 h 28, heure de l'épisode de grêle le plus violent. "J'ai ajouté la météo du lendemain qui était très belle pour suggérer que la vie continue." Commercialisée à 23 euros par col (soit un prix moyen pour ce domaine), la cuvée est écoulée sur le marché suisse et elle devient très vite un "collector", du fait de sa rareté : seules 1 900 bouteilles sont produites. Mais elle ne solutionne pas les difficultés économiques. "La cuvée ne m'a pas permis de passer le cap car le volume était trop infime. J'ai créé une structure de négoce et lancé Bovet Swiss Line, assemblage des vins suisses dédié à l'export", explique celui qui, avant l'orage, distribuait ses vins presque exclusivement en Suisse. Moins médiatisée, cette gamme est en fait celle qui a permis de faire face après la grêle ! ●

“ LE FUTUR EST TOUJOURS SURPRENANT ! ”

INTERVIEW ➔ Jean-Marc Jay, directeur général de la Fédération du Crédit Mutuel Sud-Ouest, est intervenu le 4 mars dernier lors du salon aquitain Vinipro sur un sujet original : "L'optimisme, un état d'esprit certes mais surtout une approche méthodologique". Un discours qui était destiné aux viticulteurs de l'entre-deux-mers, touchés par la grêle au cours de l'été 2013. Petite leçon d'optimisme...

De la part d'une banque, réaliser une intervention sur l'optimisme est plutôt inattendu...

En tant que banque coopérative ancrée localement, notre finalité est de contribuer au développement économique de nos territoires. Nous essayons de véhiculer un état d'esprit en accord avec ces valeurs. Trop de personnes pensent que nous traversons une crise, tandis que nous voyons notre époque plutôt comme une période de mutations, dans laquelle il n'y a jamais eu autant d'opportunités. Il faut avoir confiance dans ses possibilités et ne pas oublier que le futur est toujours surprenant.



JEAN-MARC JAY, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA FÉDÉRATION DU CRÉDIT MUTUEL SUD-OUEST. "Réactivité, efficacité et inventivité sont les trois composantes d'une attitude optimiste."

Réactivité, efficacité et inventivité sont, selon vous, les trois composantes d'une attitude optimiste. Comment être réactif ?

La réactivité est liée à l'agilité, c'est-à-dire la capacité à s'adapter en permanence. J'illustrerais l'organisation d'une entreprise avec l'image du banc de poisson : même attaqué par un prédateur, celui-ci ne disparaît jamais totalement et parvient toujours à se reconstituer. Le banc de poissons évite les obstacles avec une grande réactivité. Et, pour être réactive, l'entreprise doit fonctionner en circuits courts, c'est-à-dire davantage horizontalement que verticalement. En limitant les strates hiérarchiques, elle responsabilise davantage chacun de ses acteurs.

Comment aborder l'efficacité ?

Dans l'entreprise, on a trop souvent tendance à opposer les fonctions commerciales et financières. L'efficacité consiste à les réconcilier ! En sortant d'une logique purement budgétaire, on peut trouver des solutions qui créent de la valeur à la fois pour le client et pour l'entreprise.

Comment être inventif ?

L'inventivité est liée à l'innovation. Pour être inventif, il faut s'intéresser aux signaux faibles qui peuvent constituer des facteurs de rupture stratégique, même si, dans un premier temps, ils semblent de pas avoir de lien entre eux. Pour une entreprise, il ne s'agit plus de copier ses concurrents, mais de s'inspirer de domaines qui ne concernent pas son activité propre. Observer ce qui se passe ailleurs et qui pourrait me servir demain.

Quelles sont les quatre phases du processus d'inventivité ?

La première est celle de la préparation : il s'agit d'être en éveil, de repérer ce qui nous étonne. Ce n'est pas naturel ! La seconde phase est une période critique d'incubation, durant laquelle on "décante" les informations que l'on a enregistrées précédemment. Vient ensuite la phase d'illumination qui se traduit par l'émergence d'une solution. En rupture avec l'existant, elle favorise un état d'esprit optimiste, voire même parfois euphorique. Il faut alors savoir prendre du recul pour atterrir dans la quatrième phase, sereine et rassurante, dans laquelle on s'attache à réunir toutes les conditions techniques pour rendre le projet opérationnel et le faire accepter par le marché. PROPOS RECUEILLIS PAR MARION IVALDI