

CHAMPAGNE GRATIOT-PILLIÈRE

En perpétuelle rencontre avec les clients

Portraits | Abonnement | 24 décembre 2019



Vignerons dans l'Aisne, Olivier et Sébastien forment la 11^e génération de la Maison Gratiot-Pillière sur la commune de Charly-sur-Marne. Ils vendent aujourd'hui plus de 100 000 bouteilles par an, en France et à l'étranger. Situés à 1 heure de route de Paris, les acteurs de la marque font du bassin parisien le plus gros marché de leurs ventes nationales, et ils ne négligent aucune piste pour aller à la rencontre des clients.

La marque Gratiot-Pillière voit le jour en 1969 : Gratiot du nom de Jean-Claude et Pillière du nom de jeune fille de Françoise, son épouse. Quatre enfants sont nés de cette union : Olivier, Sébastien, Stéphanie et Angélique, ainsi que neuf petits-enfants.

Olivier (49 ans) et Sébastien (47 ans) Gratiot ont rejoint l'exploitation familiale en 1991, après avoir achevé leurs études. Leur objectif : développer l'affaire familiale en France comme à l'étranger, en poursuivant la stratégie commerciale de leurs aînés. « Nous vinifions nos vins via la Covama de Château-Thierry, dont mon grand-père fut l'un des fondateurs et le président pendant 25 ans », explique Olivier, l'aîné de la fratrie. « Nous vendons principalement nos bouteilles au cœur du bassin parisien. Mon père a commencé à vendre sur les marchés il y a 50 ans et nous y sommes maintenant bien implantés. Nous y sommes présents une fois par mois. Et de mon côté, dès mon retour sur l'exploitation, j'ai commencé à effectuer, en complément de ces marchés, des livraisons sur Paris et ses environs. Il m'arrive régulièrement de faire 300 à 350 kilomètres dans la journée autour de la capitale. Je regroupe les commandes et je pars livrer les clients. Nous avons environ sept cavistes sur Paris et je démarche également les comités d'entreprises. Les marchés et les livraisons



représentent environ 70 % de notre chiffre d'affaires. Nous avons aussi des dépôts dans cinq départements ainsi qu'à Dampierre-sur-Salon en Haute-Saône (70) où ma belle-mère possède un commerce ».

En quête des marchés étrangers...

Olivier, vous l'aurez compris, dirige les opérations commerciales de la Maison. Au sein de l'entreprise, les rôles sont bien définis. Son épouse Christelle est aux commandes des opérations d'exportation. Après des études aux USA et un parcours dans le secteur des banques américaines (MasterCard International et JPMorgan Chase Bank) à Paris, elle est tout à fait à l'aise pour démarcher les professionnels du vin à l'étranger et effectuer les déplacements nécessaires. « Je me rends sur les marchés étrangers tous les trois mois environ », précise l'intéressée. Mais je trouve que ce pourrait être plus fréquent. Nous commerçons ainsi avec les Etats-Unis, la Grande-Bretagne, la Finlande, Hong-Kong et le Japon. Mais l'export reste compliqué et assez instable. Difficile de prévoir la suite des événements, même avec des débuts plutôt prometteurs. » Ce que confirme son mari : « Aux Etats-Unis, par exemple, le système des 3 tiers peut compliquer les démarches et les lois sur l'alcool diffèrent d'un Etat à un autre. Il reste également la problématique des prix à pratiquer. Il nous arrive d'avoir nos bouteilles au même prix que celles des grandes Maisons, qui sont alors privilégiées à nos dépens. Certains marchés sont aussi pérennes mais les quantités peuvent être limitées (au Japon par exemple). Nous avons connu des hauts et des bas avec la Grande-Bretagne mais malgré les complications du Brexit, notre distributeur continue à défendre au mieux notre marque. A Hong Kong, suite au salon du HK International Wine & Spirits Fair que nous avons couvert avec le SGV, nous avons obtenu un marché pour des opérations de dégustation avec 4 palettes de bouteilles vendues l'an dernier. »

... et accueil privilégié au domaine

« J'apprécie beaucoup les salons organisés par le Syndicat, renchérit Christelle. L'organisation et l'encadrement sont impeccables. Tout est fait pour que nous ne soyons pas trop nombreux et pour que nous représentions toute la diversité de la Champagne. D'ailleurs, les salons 100 % Champagne que le Syndicat organise nous réussissent bien souvent. J'apprécie la cohésion des participants et l'implication des organisateurs, comme Tetyana Poleva, qui négocie les tarifs très justement et n'hésite pas à annuler une opération si elle pense qu'elle ne sera pas productive ».

Lorsqu'ils ne se rendent pas sur place pour enrichir leurs relations avec leurs contacts, les Gratiot-Pillière reçoivent des groupes de visiteurs étrangers sur l'exploitation : « Nous travaillons avec les tour-opérateurs. Nous avons des visiteurs finlandais, suédois et anglais par exemple. Nous faisons avec eux le tour des vignes et nous abordons le thème de l'accord mets/vins », précise Christelle. « Ils apprécient évidemment de voir la façon dont nous cultivons la vigne. » Cette mission est dévolue au second de la fratrie, Sébastien. La répartition des rôles s'est faite naturellement, en fonction des goûts et affinités de chacun. Les deux frères s'entendent sur la manière de conduire les opérations, sur la stratégie et s'efforcent de mettre en place une structure interchangeable : « Lorsqu'il y a besoin d'un renfort, que ce soit dans les vignes ou pour les livraisons clients, chacun sait donner un coup de main à l'autre », confirme Olivier.

Enherbement à 100 %, bientôt certifiés VDC et HVE



Pour l'heure, les deux frères se sont entendus à développer les vignes depuis 15 ans, tout comme leurs méthodes d'exploitation. Aux 12 hectares laissés par leurs parents s'ajoutent aujourd'hui 6 hectares, exploités avec les trois cépages champenois. « Nous avons 87 % de meunier, 10 % de chardonnay et 3 % de pinot noir », présente Sébastien. « Nous pratiquons 100 % d'enherbement et travaillons le sol à l'intercep. Nous serons d'ailleurs certifiés VDC et HVE début 2020. Nous limitons les intrants, avec des traitements différés le matin très tôt et tard le soir et en limitant les doses en début de saison, pour s'adapter à la pousse quand il y a moins de feuillage et en fin de saison lorsque la

pression des maladies est moins forte. Ce qui ne nous empêche pas de nous poser beaucoup de questions sur ce travail du sol, qui prend beaucoup de temps et qui n'est peut-être pas toujours très bon pour le terroir (pieds de vignes abîmés et sols ravinés). Sans compter les interrogations que nous pouvons avoir sur notre bilan carbone lorsque nous faisons tourner un tracteur non-stop pendant une semaine !

Nos sous-sols ont aussi des natures très variables, avec sur certaines parcelles des sols filtrants et sablonneux qui peuvent connaître des épisodes dramatiques en cas de sécheresse. Ce qui fut le cas cet été avec des feuilles devenues entièrement jaunes et des raisins grillés que nous n'avions jamais connus auparavant. En seulement 2 à 3 jours de temps, nous avons eu parfois une perte de rendement jusqu'à 40 % ! ».

Ce qui n'empêche pas le duo d'envisager, comme chaque année, la production d'un vin millésimé : « Même si la saison fut en effet compliquée à gérer côté météo et que nous avons eu du mal à faire l'appellation, la qualité des vins produits est meilleure que celle de 2018 avec une très belle concentration ! », poursuit Sébastien. Voilà qui viendra étoffer avec bonheur la gamme de la Maison composée de sept cuvées et d'un ratafia. Outre trois cuvées classiques (extra-brut, brut et demi-sec) qui représentent 75 % des ventes, la gamme propose un champagne brut rosé systématiquement médaillé chaque année (argent ou or), une cuvée Millésimée plus complexe, un blanc de blancs fin et élégant et une cuvée Héritage avec une patine légèrement boisée, fruit d'une sélection parcellaire de vignes âgées de près de 50 ans.

S'adapter aux nouvelles cibles et aux nouveaux clients

Comment la Maison envisage-t-elle l'avenir ?

« Nous ciblons une évolution de l'entreprise par la commercialisation et la valorisation de 20 à 30 000 bouteilles supplémentaires sur les marchés », poursuit Olivier. Nous n'avons aucune perspective d'achat de vignes dans ce contexte économique plutôt tendu. Nous mobilisons une bonne partie de notre énergie sur les marchés à l'export même si ces opportunités sont plus longues à produire leurs fruits. Nous nous concentrons aussi beaucoup sur le marché français, avec une adaptation aux nouvelles cibles et aux nouveaux clients, comme les millennials, qui consomment beaucoup sur place. Pour moi, il est important de pratiquer le juste prix et de coller aux attentes d'une clientèle qui aime nos produits mais qui ne possède pas forcément de gros moyens. Celui en revanche qui le peut s'orientera vers des cuvées prestige... Nous faisons tout pour que la Maison Gratiot-Pillièr perdure à travers les futures générations. »



Olivier a en effet deux enfants, un garçon de 13 ans et une fille de 10 ans. Son frère Sébastien en a trois : une fille de 21 ans qui travaille en Belgique dans le secteur médical et deux garçons de 16 et 12 ans. Il pourront, s'ils le désirent, poursuivre le travail de leurs aînés, en portant haut les couleurs du Champagne Gratiot-Pillièr, avec le même investissement que leurs parents. C'est là tout le bien qu'on leur souhaite. Quant aux deux sœurs des vigneronnes – Stéphanie (institutrice) et Angélique (banquière) -, elles soutiennent régulièrement leurs deux frères, lors des vendanges ou à l'occasion des opérations de promotion et de commercialisation des champagnes de la Maison. Une belle harmonie familiale en somme.

Photos : Jean-Charles Gutner

MARIE BUBENICEK

Abonnement

50 ans, ça se fête

La Maison célèbre ses 50 ans d'existence en 2019. L'occasion de sortir pour l'événement une bouteille inédite, estampillée d'une étiquette, d'un logo et d'une capsule personnalisés. « Nous avons organisé en octobre dernier un événement festif pour nos 50 ans à l'attention de nos clients, sur deux jours. 110 clients le samedi et 70 le dimanche avaient fait le déplacement. Nous avons eu la chance d'avoir un soleil radieux pour la balade gourmande organisée dans les vignes autour de mets gastronomiques. Laquelle fut agrémentée de parcours ludiques qui ont beaucoup plu. Au vu des retours enthousiastes de nos hôtes, nous allons reconduire l'opération dans les années à venir. Nos clients sont venus avec des amis qui ont découvert la Maison et la gamme de champagnes dans une ambiance conviviale et champêtre.

« Champagne et vous ! » et « Le champagne aime Paris »

Pour communiquer et défendre le travail des vigneronnes de l'Aisne, entre autres, Olivier Gratiot est très investi dans deux associations œnotouristiques : les ATTVM (Ambassadeurs du Terroir et Tourisme en Vallée de la Marne) et « Vignoble 192 ».

Les ATTVM organisent la manifestation « Champagne et vous ! » qui rassemble, lors d'un festival au château de Château-Thierry sur deux jours, une trentaine de vigneronnes de la Vallée de la Marne Ouest. L'objectif de cet événement est de promouvoir les richesses de la région du sud de l'Aisne, son histoire, sa diversité culturelle et ses champagnes aux multiples facettes. L'événement existe depuis 2014, soutenu par des institutions locales et des communes, le Département, la Région Hauts-de-France et l'office du tourisme des Portes de la Champagne.

« Le champagne aime Paris », opération portée par la nouvelle association « Vignoble 192 » prévoit cette fois de faire venir le champagne et ses acteurs à Paris, sur 4 jours, au printemps 2020, sur le lieu emblématique des fontaines

du Trocadéro. L'ambition est d'en faire, à la manière des mythiques grandes expositions universelles, un événement oeno-culturel au cœur de la Capitale, qui rassemble, on s'en doute, le plus grand nombre d'amateurs de champagne et de visiteurs potentiels. Avec plus de 10 000 m² d'animations, 80 vigneron, quelques grandes maisons et cinq pavillons par thème (histoire du champagne, territoires de Champagne, champagne durable, champagne campus et spectacles), les organisateurs projettent une fréquentation de 100 000 visiteurs. L'événement compte toucher une cible large et variée, attirée par des moments privilégiés, comme le restaurant tenu à quatre mains par deux chefs étoilés : Yves Camdeborde, chef parisien aux multiples facettes et Arnaud Lallement, l'ambassadeur de la Champagne. Des masterclass et des afterworks complèteront le dispositif pour faire de ces 4 jours, le lieu de la fête et du partage par excellence.

« Vignoble 192 » (192 qui est l'addition des chiffres des 5 départements représentant la Champagne) regroupe trois associations de promotion de terroirs champenois qui se distinguent par leur expérience de 22 ans et leur programme annuel de plus de 10 événements autour du champagne. Leur objectif étant de promouvoir le champagne et sa diversité hors des limites de l'AOC et d'aller au-devant des touristes et des habitants de la ville de Paris.

M.B.