

Union Champagne renoue avec la croissance

Le président Dominique Babé a annoncé de bons chiffres lors de l'assemblée générale qui s'est tenue le 18 janvier à Avize. Résultat et CA sont en hausse. Les ventes du champagne De Saint-Gall progressent de 38 %.

« **L**e résultat est bon, si on le compare aux cinq dernières années il se situe en haut de la marche, un bénéfice de 2,6 millions est à la hauteur de mes espérances et doit être notre vision permanente », souligne Dominique Babé. Par rapport à 2017 (1,59 M€) la hausse du résultat est de 73 %. Pour le directeur général Marc Ferté, ce record quinquennal « revient à la hauteur de ce qu'Union Champagne avait l'habitude de présenter ». Le chiffre d'affaires 2018 atteint 108 millions d'euros (M€) contre 99,7 sur l'exercice précédent, soit une progression de 8,3 %. « C'est le premier exercice réalisé totalement avec notre directeur Marc Ferté, ça fait 20 mois que nous fonctionnons en binôme », rappelle Dominique Babé pour qui « c'est du bonheur, de la souplesse et un ensemble de compétences que je ne possède pas et qui sont indispensables pour mener à bien une entreprise de 75 salariés et 110 millions d'euros de chiffre d'affaires ».

Les bons résultats sont dus à une progression de vente de 38 % de la marque De Saint-Gall qui dépasse le million de cols (1,089 Mbt). « Même si nous sommes loin des années florissantes où l'on commercialisait 2 millions de cols, l'objectif premier est la valorisation de nos produits », souligne Dominique Babé. Le volume des prestations de service est également en progression.

2018 : « le miracle champenois »

La fréquence des vendanges précoces conduit le président



« Un bénéfice de 2,6 millions est à la hauteur de mes espérances et doit être notre vision permanente », souligne Dominique Babé.

à s'interroger sur de nouveaux investissements qualitatifs. « Devons-nous réfrigérer les moûts ? Stocker les raisins dans des bâtiments réfrigérés ? Adapter le travail pour éviter de cueillir des raisins avec des températures ambiantes aux environs de 30° C ? Vendanger la nuit comme on le voit dans d'autres vignobles ? ». Des adaptations simples vont être mises en place pour réduire le temps d'attente des raisins au pressoir et le temps de transports vers les centres de pressurage. La vendange 2017 appelle à la mise en œuvre « de toutes les mesures favorisant la qualité et la traçabi-

lité des moûts ». Quant à 2018, pour Dominique Babé c'est l'année « de la facilité et de tous les records (...) La Champagne est venue par une année pléthorique permettant d'apporter des beaux raisins et de compenser le niveau qualitatif de 2017, ça s'appelle le miracle champenois ».

Accompagnement vers la Viticulture durable
Union Champagne a accueilli une nouvelle coopérative : Avenay Val d'Or. Celle de Cuis est en liquidation suite à des difficultés économiques. « La majo-

rité des coopérateurs est restée à Union Champagne et ils sont désormais adhérents à Cramant et aux Coteaux de Champagne pour les vignes situées hors de premiers et grands crus », précise le président. Union Champagne est avant tout une société de services tournée vers adhérents. Ils seront par exemple tous accompagnés vers la certification Viticulture durable. Le directeur général Marc Ferté a annoncé que la stratégie de la marque De Saint-Gall avait été redéfinie. « Elle a une très belle notoriété et une belle image mais manque de distribution »,

relève-t-il. Un nouveau packaging, une nouvelle présentation et un nouveau site internet complètent cette stratégie de relance des ventes. Illustration tangible : les premières expéditions ont été enregistrées vers les États-Unis, les Pays-Bas et l'Autriche. Enfin, Dominique Babé a évoqué le rendement de la prochaine vendange. « 10 800 kg nous iraient parfaitement si une baisse se pressentait », souligne le président qui observe une tension sur les approvisionnements « dans nos grands crus recherchés ».

Richard Cremonini



Pour Marc Ferté, directeur général, le résultat financier « revient à la hauteur de ce qu'Union Champagne avait l'habitude de présenter ».

Thierry Desseuve : « le bio est une nécessité pour le champagne »



Thierry Desseuve a dirigé la « Revue du Vin de France » et a créé le Grand Tasting avec Michel Bettane.

Thierry Desseuve est une personnalité star du monde du vin dont les analyses sont écoutées avec attention. Il a donné sa vision de la Champagne devant les invités d'Union Champagne au rang desquels figuraient les principaux dirigeants du négoce et de la coopération. Et alerté sur les défis qui attendent le roi des vins.

« Un champagne doit être quelque chose de grand, d'unique, c'est le défi fondamental », souligne-t-il. Le mythe doit être entretenu, sinon reconstruit. Le champagne est un grand vin mais on ne le sait pas assez. Les enchères sont un bon baromètre et il n'y est pas assez représenté alors que c'est la force de Bordeaux. Seul Dom Pérignon se détache. Pour Thierry Desseuve « la révolution digitale va bouleverser le monde du vin dans les dix prochaines années, si on n'en a pas conscience on risque beaucoup de désagréments ». Enfin, selon lui, « le bio n'est pas une idéologie mais une nécessité du marché des vins de luxe ». C'est une tendance majeure pour les produits à forte valeur ajoutée. « Pour les vins de luxe comme le champagne, la viticulture bio est non seulement une évidence, mais également un préalable : comme peut-on expliquer à ses clients que l'on produit la quintessence absolue d'un terroir

si l'on commence par ne pas respecter celui-ci ? », prévient Thierry Desseuve.

L'écosystème viticole le mieux structuré

Les atouts pour rester leader sont nombreux. Le journaliste observe que la Champagne est l'écosystème viticole le mieux structuré. Tout le monde participe au succès : l'ensemble des terroirs, la production et le négoce, les grandes marques et les champagnes de vigneron, la coopération. « Des acteurs forts et complémentaires composent une force de frappe sans équivalent dans le monde du vin », relève Thierry Desseuve qui observe que la Champagne s'est construite sur le rapport de force entre la production et le négoce. « Ce qui est unique ». Ailleurs en France, quand le négoce s'affaiblit, ça peut être la catastrophe à l'image du Beaujolais. Et si l'on domine à outrance, les vigneron en pâtissent.

La Champagne a su tirer le meilleur parti de la mondialisation « parce qu'elle exporte depuis plusieurs siècles et qu'elle maîtrise ses réseaux de commercialisation et connaît ses clients ». Ça n'est pas le cas à Bordeaux car les châteaux vendent leurs vins aux négociants qui les commercialisent. Et enfin l'offre est rationalisée, « les prix sont similaires en France et dans le reste du monde ».

Respect des rapports entre production et négoce

« L'interdépendance entre les acteurs champenois est absolument unique ». Les relations interprofessionnelles sont plus structurées et plus efficaces qu'ailleurs. « D'une économie très encadrée il y a trente ans aux règles actuelles, le point commun est le respect des rapports entre production et négoce ». Ainsi, la pression de la grande distribution est moindre que celle exercée sur

les autres familles de spiritueux. « Cette économie interdépendante est votre point fort, gardez-la ! », martèle Thierry Desseuve. En Champagne, les progrès techniques ont permis « un effort gigantesque de productivité dans le vignoble qui ne s'est pas faite au détriment de la qualité des raisins ». Mais le journaliste relève que « parfois la qualité du raisin n'est pas à la hauteur du jus qu'on en tire ». Si les deux sont réunis, « vous allez exploser le monde entier ». Il ajoute : « le talent, le savoir-faire unique de l'assemblage fait du champagne un art ». Dans le monde, l'image du champagne est « partout forte ». « Son prix est le moins volatile de toutes les grandes régions viticoles et la Champagne communique mieux que toutes les autres régions ». « Vous devez rester uni, c'est le plus important des défis ! », conclut Thierry Desseuve.

R.C.