

# LE PINEAU MIS EN BOUTEILLE À LA PROPRIÉTÉ DE LA SOCIÉTÉ G. & C. RABY

*Si, dans une région comme le Bordelais, les entreprises de négoce ont développé depuis longtemps la commercialisation de productions de domaines viticoles ou de châteaux avec mises en bouteilles à la propriété, cette démarche n'existe pas pour le Cognac et le Pineau des Charentes. Pourquoi ne pas essayer de s'appuyer sur une expression qualitative d'une production issue d'une même propriété pour développer une activité commerciale de négoce auprès d'un réseau de cavistes, de restaurants et de fermes-auberges? C'est en faisant ce constat que Cécile Raby a décidé de s'engager dans un nouveau projet professionnel qui s'inscrit dans la volonté de valoriser une culture viticole familiale attachée au terroir de la région de Cognac.*

Cécile Raby a créé avec son père, Gérard Raby, un viticulteur bouilleur de cru à Segonzac, la société de négoce G. & C. Raby au mois d'août dernier avec l'objectif de commercialiser une gamme complète de produits charentais, du jus de raisin (bio), des Vins de pays, du Pineau des Charentes et du Cognac. La philosophie de la toute jeune entreprise repose sur une idée simple, la commercialisation de productions de fortes personnalités ayant des origines identifiées à des propriétés et des terroirs viticoles.

## LA RECHERCHE DE PINEAUX TYPÉS « PROPRIÉTÉ ET TERROIR »

Pour les vins de pays et le Cognac, l'approvisionnement est assuré par la propriété familiale du logis de la Brée mais pour le Pineau des Charentes, une démarche d'achat auprès de fournisseurs a dû être mise en place. Cécile et Gérard Raby ont abordé leur sélection de Pineau des Charentes en ayant une approche assez originale: « Notre souhait était de vendre des Pineaux des Charentes ayant une forte personnalité et une typicité affirmée. Les contacts commerciaux établis avec des cavistes nous ont permis de prendre conscience de l'intérêt de ces professionnels vis-à-vis des produits exprimant une forte authenticité. Nous avons donc tenu compte de cette exigence dans notre démarche d'achat de Pineau des Charentes. Cela nous a incités à nouer des contacts directs avec des producteurs ayant à la fois la capacité de nous proposer des Pineaux de fortes personnalités et une sécurité en matière de traçabilité et pérennité d'approvisionnement. Ensuite, on a aussi opté pour l'achat de bouteilles pleines plutôt que du vrac afin de conserver toute la traçabilité et la qualité du produit d'origine. Le fait d'acheter des bouteilles était aussi beaucoup plus simple à gérer pour notre entreprise. Les choses sont allées assez vite et après avoir rencontré divers interlocuteurs, nous avons décidé de travailler avec le domaine de la Ville à Saint-Thomas-de-Conac. »

## ESSAYER DE SATISFAIRE LES ATTENTES QUALITATIVES DE NOS CLIENTS, LES CAVISTES ET LES RESTAURATEURS

La rencontre entre Cécile Raby et Jacques Caillet a débouché sur la mise en place d'une collaboration constructive dans la recherche de deux qualités de Pineaux, un blanc et un rosé. Le stock important en volume et diversifié en qualité de cette propriété a permis de concevoir un assemblage « sur mesure » qui correspond aux attentes exprimées par la clientèle. C. Raby considère que le travail de sélection qualitative qui a été effectué permet à la fois de répondre à des attentes dans le court et plus long terme: « Notre souhait était vraiment de construire la qualité des produits que nous allions commercialiser. Le dialogue que nous avons établi avec Jacques Caillet sur la définition de nos attentes en matière de caractéristiques aromatiques et gustatives des Pineaux nous a permis d'aller plus loin dans la recherche de qualité. Pour les blancs, on recherchait une bonne harmonie entre l'eau-de-vie et les saveurs sucrées, des arômes fondus de type miel, une couleur jaune intense et une structure ample en bouche qui laisse des jables sur les verres. Pour les rosés, les notes aromatiques de fruits rouges, un bon équilibre entre la teneur en sucres et une certaine fraîcheur et une teinte rouge affirmée nous paraissent essentielles. A l'issue de nos premières rencontres, plusieurs qualités ont été élaborées et soumises aux palais de quelques clients tests. Leurs réactions se sont avérées déterminantes dans le choix de la typicité des assemblages. Nous estimons aussi que le domaine de la Ville est en mesure de tenir la qualité des assemblages dans le temps, ce qui pour nous est très important car nous souhaitons construire avec nos clients des relations commerciales durables. Le volume de production de Pineau de cette propriété permet de lisser les effets millésimes même sur des lots exprimant une forte typicité. Le fait de vendre un produit mis en bouteille à la propriété (l'origine de l'embouteilleur étant indiquée sur l'étiquette) est aussi un argument auquel les cavistes et les restaurateurs sont sensibles. »

## 20 % DE QUALITÉ SPÉCIFIQUE POUR DIVERSIFIER LES DÉBOUCHÉS VRAC TRADITIONNELS

La démarche d'achat par des entreprises de négoce de lots de bouteilles mises à la propriété est un créneau commercial nouveau pour les producteurs de Pineau en vrac, mais pour l'instant cela représente des volumes très faibles et souvent plus qualitatifs. C'est d'ailleurs cet objectif de vendre des Pineaux ayant une qualité personnalisée et une typicité de terroir qui a presque rendu indispensable l'achat de bouteilles provenant d'une même propriété. J. Caillet consacre l'essentiel de la production de son vignoble au Pineau et le domaine de la Ville est devenu, au fil des décennies, un producteur de référence en blanc comme en rosé. L'importance des volumes élaborés chaque année a permis à cette propriété depuis trente ans de nouer des relations d'approvisionnement avec des acteurs commerciaux importants, mais J. Caillet a aussi misé sur l'élaboration d'une diversité de qualités de produits pour s'adapter à la conjoncture économique de stagnation et de baisse des cours du vrac entre 1995 et 2005. Ce producteur de Pineau passionné par son produit porte un regard lucide sur les relations commerciales avec les acheteurs de vrac: « Il y a 20 ans, on vendait l'ensemble de la production à trois ou quatre négociants de la région en essayant de satisfaire au mieux leurs attentes qualitatives. Malheureusement, la perte d'un de ces gros clients nous a obligés à travailler différemment. J'ai fait le tour de la région pour diversifier nos débouchés et là j'ai pris conscience de l'intérêt d'un certain nombre de petits opérateurs pour des qualités spécifiques. Aujourd'hui, 20 % de notre production annuelle est destinée à l'élaboration de lots plus qualitatifs, avec des spécificités pour chaque client. Ces acheteurs travaillent sur de petits volumes mais le niveau de valorisation est tout autre. Avec ces clients, il faut vraiment apporter autre chose sur le plan qualitatif et une fois que l'on a construit un type d'assemblage ensemble, nous devons aussi être en mesure de tenir dans le temps cette qualité. La démarche de C. Raby s'inscrit complètement dans un travail de partenariat entre producteur et metteur en marché, et je suis convaincu que c'est valorisant pour les deux parties. L'achat de lot de Pineaux de qualité spécifique mis en bouteilles à la propriété est apparu il y a trois ou quatre ans et actuellement quatre clients nous achètent régulièrement des lots mis en bouteille à la propriété. »

## UNE PLEINE TRANSPARENCE SUR L'ORIGINE AU MOMENT DE LA COMMERCIALISATION

Une certaine synergie de travail s'est créée entre C. Raby et J. Caillet pour définir la qualité souhaitée et ensuite réaliser la mise en bouteille de la production. Tous les aspects techniques concernant la préparation qualitative des Pineaux ont été abordés en pleine transparence et la mise en bouteille s'est effectuée en présence de C. Raby qui a ainsi pu avoir une parfaite maîtrise de l'ensemble de la démarche d'achat: « J'avoue que le travail de recherche de qualité s'est déroulé dans un climat d'échange constructif très enrichissant et cela a été couronné de succès. En effet, nous avons décroché deux médailles d'or pour le Pineau blanc au Concours Saveurs Poitou-Charentes et au Concours Général Agricole 2008 de Paris. Ensuite, les structures au vignoble comme au chai du Domaine de la Ville représentent pour nous une garantie sur le plan de l'origine, de la traçabilité et du conditionnement. On est présent au moment des mises en bouteille et il ne nous reste plus ensuite qu'à apposer les étiquettes sur lesquelles est mentionné le numéro d'embouteilleur du domaine de la Ville. »

La commercialisation par la société G. & C. Raby des Pineaux est effectuée sous leur nom de marque propre mais en mentionnant que le produit est mis en bouteille sur le site de production. L'origine du produit fait partie de l'argumentaire commercial qui est exposé en pleine transparence aux clients: « Nous tenons un discours transparent avec nos clients et nous essayons d'être à l'écoute de leurs attentes qualita-

tives. Nous leur expliquons que nous avons acheté un produit dont on est sûr de la qualité et de l'origine car il est mis en bouteille sur le lieu de production. On met en avant le fait que c'est un Pineau de propriété que nous avons sélectionné. Ce discours s'inscrit dans une approche à moyen terme de positionnement qualitatif de notre gamme de produits. Il nous paraît intéressant de développer une signature qualitative maison et d'essayer dans le futur de cultiver cette image de qualité spécifique. Nous avons délibérément choisi de miser sur un positionnement qualitatif qui se traduit par des niveaux de prix de vente plus élevés que la moyenne. Néanmoins, les marges de manœuvre en matière de prix de vente du Pineau ne sont pas aussi importantes que pour le Cognac. Le challenge commercial sur la qualité que nous nous sommes fixée nous oblige à acheter à la propriété des Pineaux en bouteille sur des bases de cours réalistes. On est dans une logique de produit conditionné et la référence des cours du vrac n'interfère que partiellement. »

Pour le domaine de la Ville, la commercialisation de lots de bouteilles est un débouché de niche commerciale à plus-value intéressante mais qui génère aussi des coûts supplémentaires liés à l'élevage et au financement du stockage. L'élaboration de lots de Pineaux de qualité spécifiques nécessite un portage de stocks plus long et une attention particulière pour « faire mûrir ces qualités » en respectant les attentes des clients. ■

Lionel Ducom

