

décrypter stratégie commerciale

Domaine des Herbauges, Bouaye (Loire-Atlantique)

Exporter pour retrouver des prix

Muscadot
Cotes de GrandLieu
Clos de la
Sénaigerie
La bout. 4,90 €
6 bout. 29,40 €

dh
DOMAINE
HERBAUGES
Vin de Loire

dh
DOMAINE
HERBAUGES
Vin de Loire

dh
DOMAINE
HERBAUGES
Vin de Loire

Non content de trouver des prix rémunérateurs pour son muscadet sur le marché français, Jérôme Choblet a choisi de valoriser sa production en investissant fortement à l'étranger, notamment en Asie. Aujourd'hui, le Domaine des Herbauges exporte plus de 90 % de sa production, dans 53 pays différents.

阿尔诺 罗贝
圣爵士酒庄
布雷泽酒庄
索穆尔

斯蒂芬 古龙
古龙庄园
希依

杰罗姆 肖布莱
爱博酒庄
密斯卡得

卢瓦尔联系
酒庄主&酿酒师





Environ 30 % de la partie exportée par le Domaine des Herbauges (44) est destinée à la Chine. Pour renforcer ses positions sur ce marché, Jérôme Choblet a monté un GIE avec deux vignerons de la région. Proposer une gamme Loire, et communiquer sur les « vins des rois » fait partie de la stratégie.

PHOTOS: OLEVEQUE/PXEL IMAGE

XVI Stratégie commerciale

XXI Baromètre
de la consommation

XXIV Acteur du marché

XXVII Réussir à l'export

XXX Vin 2.0

Entre un séjour en Chine et un aux États-Unis, Jérôme Choblet essaie de passer du temps sur son vignoble, accroché à son téléphone pour répondre aux commandes des quatre coins du monde. Il faut dire que le Domaine des Herbauges vend 90 % de sa production à l'étranger, de l'Europe à l'Amérique du Nord en passant par la Chine, l'Australie et l'Amérique du Sud. Chaque année, un million de bouteilles sortent du domaine, dont 930 000 partent hors des frontières françaises. Et essentiellement en muscadet ! Cette stratégie à l'export, Jérôme Choblet l'a mise en place peu de temps après avoir repris le domaine familial en 1998. L'export ne représentait alors que 20 % du volume, vers l'Angleterre principalement. Près de 60 % de la production partait au négoce et 20 % aux CHR, cavistes ou en vente directe. « Je suis resté dans ce schéma pendant un an ou deux, avant de me dire qu'il fallait valoriser davantage la qualité pour s'extraire du marché négoce peu rémunérateur. Entre 2000 et 2005, j'ai travaillé en partenariat avec Carrefour, où les prix étaient plus intéressants. Mais j'ai fait une erreur de jeunesse, car en 2005, près de 70 % de ma production devaient partir chez Carrefour. Ils m'ont alors imposé leur prix, 50 % au-dessous de l'ancien contrat. J'ai refusé et me suis retrouvé avec près de 200 000 bouteilles sur les

stratégie commerciale

bras... C'est à ce moment que je me suis tourné vers l'export », explique le vigneron.

150 000 EUROS DANS L'EXPORT CHAQUE ANNÉE

« L'export est un investissement qui demande beaucoup de temps, d'argent et de patience », insiste le viticulteur, diplômé d'un BTS vitico et d'un master de commerce international vin et spiritueux à HEC. Lorsqu'il cible l'export en 2006, sa stratégie est de ne pas y aller seul. Il monte une mission d'accompagnement à l'export, avec la CCI internationale de Nantes, sur trois ans, pour étudier les marchés et cibler les partenaires. Il investit alors 350 000 euros en prospection et promotion sur l'export, pris en charge à 40 % par Oseo, banque semi-publique qui finance le développement des PME, et par la Région. Aujourd'hui encore, Jérôme Choblet injecte annuellement 150 000 euros pour développer l'export. « Exporter mon muscadet est le seul moyen de trouver des prix rémunérateurs. En France, le marché du muscadet est virtuel : une grosse partie des vigneron vend en dessous de son prix de revient », avance le vigneron.

À l'export, les prix sont bien supérieurs à ceux pratiqués sur l'hexagone. Vendu entre 2,80 et 3,50 euros en moyenne sur le marché français, un muscadet Côtes de Grand Lieu sur Lie du Domaine des Herbauges part entre 3,20 et 7,70 euros sur l'export traditionnel (Europe, États-Unis) et entre 3,85 et 15 euros en Chine. « Grâce à notre qualité et notre renommée, nous pouvons nous permettre d'être au-dessus du marché. Aux États-Unis, nous sommes vendus 30 à 40 % au-dessus du marché, et en Chine jusqu'à 100 %. Notre bouteille de muscadet 50 cl Absolu n° 5, vendue à 90 % à l'export,

monte à 21,75 euros. En Chine, elle peut partir jusqu'à 58 euros! », souligne le vigneron. Mais investir dans l'export correspond à une vraie stratégie. « En étant plus nombreux sur des pays comme la Chine, nous pourrions développer plus efficacement une communication sur le muscadet et séduire plus d'importateurs. Il se pourrait même que la production ne soit pas suffisante pour combler la demande, plaisante Jérôme Choblet. Malheureusement, peu de producteurs de muscadet peuvent actuellement investir 150 000 par an pour l'export. J'ai eu la chance de pouvoir le faire il y a dix ans, aujourd'hui, le contexte a changé. »

APRÈS L'EUROPE ET LES ÉTATS-UNIS, L'ASIE

Premiers pays ciblés pour l'export : l'Allemagne, la Belgique et les États-Unis. « Nous sommes bien présents en Allemagne, et notre marché belge se porte de mieux en mieux. Aux États-Unis, nous avons un VIE et un bon agent de la société Promexwines de Bordeaux, qui travaille avec une douzaine d'importateurs. Nous sommes donc distribués largement, dans presque tous les États. » Après l'export traditionnel avec l'Europe et les États-Unis, Jérôme Choblet s'attaque aux nouveaux pays consommateurs. « Depuis sept ans, nous vendons à la Chine, pour 30 % de notre volume. Je reviens d'ailleurs de mon 45^e voyage! Après

être entrés par les Salons, nous avons développé notre réseau sur place. Nous vendons aussi à Singapour, au Vietnam, en Thaïlande, en Corée du Sud, à Taiwan et au Japon. Nous avons ouvert un bureau à Shanghai, et financé un VIE sur place. Prochainement, nous devrions avoir un salarié sur place, en remplacement du VIE », complète le vigneron, qui dit comprendre le mandarin lorsque le sujet tourne autour du vin.

Pour exporter 40 % de sa production en Asie, le producteur de muscadet a dû intégrer les codes locaux : « Au départ, les Chinois ne sont pas fans de vins blancs secs.

Mais lorsque l'on s'intéresse aux attentes des consommateurs, notamment des jeunes, on comprend qu'il y a une envie très forte de vins frais, légers et fruités. Il faut donc séduire les importateurs en leur faisant goûter nos muscadets. Les contrats se passent à 70 % après des repas ou séances de dégustations, qui peuvent durer des heures. En Chine, il faut tisser des relations solides pour espérer être importé. C'est aussi pour cela que je fais énormément de voyages sur place », explique le vigneron.

Sur les sept années passées à prospecter le marché chinois, Jérôme Choblet a pu constater que le muscadet est très apprécié en Chine. « Aux États-Unis, nous sommes vendus 30 à 40 % au-dessus du marché, et en Chine jusqu'à 100 %.

Notre bouteille de muscadet 50 cl Absolu n° 5, vendue à 90 % à l'export, monte à 21,75 euros.

En Chine, elle peut partir jusqu'à 58 euros ! », souligne le vigneron





Avec douze cuvées et 85 habillages différents, le Domaine des Herbauges s'adapte aux attentes de chaque pays. « En Chine, les étiquettes doivent être rouge et or. Nous personnalisons aussi les étiquettes, comme pour un mariage chinois où nous avons vendu 12 000 bouteilles avec la photo du marié sur la bouteille », raconte Jérôme Choblet.

rôle Choblet a perdu de l'argent les quatre premières années, les deux suivantes il était à l'équilibre, et a enfin dégagé des bénéfices la dernière année. Pour renforcer ses positions sur le grand export, il a monté le GIE Loire Connection depuis août 2012, avec le Saumurois Arnaud Lambert (domaine Saint Just et Château de Brézé) et le Chinonais Stéphane Gouron (Domaine Gouron) : « L'objectif est de mutualiser nos moyens financiers pour vendre nos vins

en Chine et États-Unis, et proposer aussi une gamme complète du Val de Loire : muscadet, saumur, saumur-champigny, chinon, et quelques rosés et bulles. »

OFFRIR UN SERVICE COMPLET

Si l'exportation marche aussi bien pour le Domaine des Herbauges, c'est aussi grâce au service proposé en termes de marketing, suivi client et packaging. Le vigneron précise que « les douze cuvées du vignoble correspondent

à 85 habillages différents ! Il faut s'adapter aux attentes de chaque pays. En Chine par exemple, les étiquettes doivent être rouge et or. Aux États-Unis, elles sont plus traditionnelles. Nous proposons aussi des personnalisations de packaging en fonction de l'évènement, comme récemment en Chine, où nous avons vendu 12 000 bouteilles pour un mariage avec la photo du marié sur la bouteille. » Depuis trois ans, le Domaine des Herbauges tente aussi d'investir le marché sud américain. Quelques ventes ont été faites avec le Brésil et le Mexique. Mais ce secteur est pour l'instant mis entre parenthèses, faute de résultats. Jérôme Choblet souhaite avant tout se concentrer sur les partenaires déjà en place : « L'objectif n'est pas d'augmenter indéfiniment le nombre de pays pour l'export, mais plutôt d'apporter davantage de valeur ajoutée, en misant encore plus sur la qualité. »

Olivier Lévêque

EN CHIFFRES

LE DOMAINE DES HERBAUGES

- **85 ha** : melon de Bourgogne, chardonnay, grolleau gris
- **10 salariés** aux côtés de Jérôme Choblet
- **Production** : 650 000 de bouteilles (muscadet essentiellement)
- **Commercialisation** : 1 million de bouteilles
- **12 références**, en muscadet, chardonnay, vins de pays (marché France)
- **Exportation** : 90 % (Europe : 30 %, États-Unis 30 %, Asie 40 %)
- **France** : 60 000 bouteilles (grandes surfaces 70 %, vente au domaine 20 %, cavistes et restaurants 10 %)
- **Prix moyen muscadet HT départ cave** : France 2,80-3,50 euros, export traditionnel (Europe, États-Unis) 3,20-7,50 euros, Chine 3,85-15 euros.