

# l'union

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

 **L'Ardennais** Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Maisons / Comment Roederer a passé la crise...

## Maisons / Comment Roederer a passé la crise...

Par *Sophie Claeys-Pergament*

Créé le 14/12/2010 12:01

L'hôtel particulier de la maison Louis Roederer, boulevard Lundy à Reims, représente parfaitement le commentaire de Frédéric Rouzaud, directeur général de la marque : « Ici nous sommes sans artifice, sans maquillage ». Roederer est un peu comme le bon père de famille de la Champagne. Paisible, solide, la maison a passé la crise économique sans la ressentir violemment.

Bien sûr, en 2009, une baisse des expéditions de 10 % a été enregistrée. Une situation qui ne s'avère pas dramatique puisque Frédéric Rouzaud précise « de toute façon, nous étions à flux tendu ».

En revanche pour l'année 2010, le patron de Roederer annonce « une année record ». « Je pense que nous allons dépasser l'année 2008 où nos chiffres étaient au plus haut ». Une belle réussite puisqu'elle s'accompagne de prix non dégradés « ni augmentés non plus ».

Une évolution de la politique de distribution

Une explication à cela : En 2006, la maison Roederer a en effet revu sa politique de distribution sur les marchés internationaux. « Nous avons changé de distributeurs en Russie, un de nos marchés historiques, en Chine, en Espagne, en Suède, nous avons même installé une filiale en Suisse. Nous travaillons avec l'Afrique. Par exemple avec l'Angola qui grâce à la communauté portugaise fort présente là-haut, nous a permis d'expédier notre porto, puis nos autres produits. Quant à l'Angleterre où nous étions jusque-là peu présents, nous avons obtenu plus de 20 % de croissance en 2009 ».

### Flux tendu pour Cristal

Ainsi lorsque la crise économique a commencé à se répercuter sur les expéditions champenoises, la maison Roederer était prête. « De plus, nous gardons toujours un marché français dynamique qui représente 25 % de nos ventes. On peut considérer que la crise nous a permis de nous redéployer en termes de ventes ».

À ce titre, on ne peut oublier la « danseuse » exceptionnelle en termes valeur ajoutée qu'illustre parfaitement la cuvée Cristal. « Là aussi, nous étions en flux tendu durant la crise, nous n'avons pas souffert. Et son prix n'a pas été altéré » D'ailleurs pour le démontrer, le millésime 2002 commençant à se tarir, le millésime 2004 vient d'être commercialisé (lire par ailleurs).

« Refaire une belle affaire »

Avec 3,5 millions de bouteilles expédiées et 220 hectares en propre (dont douze en biodynamie), la maison respire la santé financière. Elle s'auto-provisionne aux deux

tiers. De quoi laisser certains rêveurs ! Et surtout de quoi penser à l'avenir. A ce propos, Frédéric Rouzaud signale : « Nous pouvons penser un jour refaire une belle affaire comme nous l'avons réalisée avec Deutz. Mais nous cherchons une marque qui partage nos valeurs, qui allie la tradition et la modernité. En fait nous sommes toujours à la recherche de l'œuvre ».

### [Photos / vidéos](#)

Auteur :

Légende : Une belle année 2010 pour la maison Roederer d'après Frédéric Rouzaud, directeur général.

**Visuel 1:**



**URL source:** <http://www.lunion.presse.fr/article/economie-region/maisons-comment-roederer-a-passe-la-crise>