

l'union

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Champagne / Leçon de calligraphie de Moët & Chandon

Champagne / Leçon de calligraphie de Moët & Chandon

Par *Sophie Claeys-Pergament*

Créé le 21/02/2012 10:12

On l'a souvent répété, les choses les plus simples sont les meilleures. Moët & Chandon, qui n'est pourtant pas la plus modeste des maisons, l'a très bien compris avec son nouvel habillage pour les millésimes.

Déjà il faut partir d'une évidence : le millésime champenois n'est pas aisé à comprendre et donc à vendre (1, 9 % des expéditions en 2010). Entre le brut sans année (BSA) et la cuvée de prestige, il a du mal à trouver sa place.

De fait, la majorité des maisons le place dans une gamme d'habillage identique à celui de leur BSA en mettant en exergue l'année du millésime. Mais en 2011, les services du marketing de Moët & Chandon trouvent une idée du style « Bon sang mais c'est bien sûr ! » en découvrant un trésor qu'ils avaient, depuis des générations, sous la main : la calligraphie des planchots. Ces planchots sont de petites ardoises que l'on place soit sur les cuves, soit sur les tonneaux ou encore dans les stocks à l'intérieur des caves. Ils servent à indiquer le terroir du vin, sa qualité, à quelle cuvée il peut être destiné.

On les retrouve chez Moët & Chandon dans les dédales des 28 km de caves. Des chiffres, quelques lettres qui font penser à une équation compliquée à réaliser. « C'est un code secret. On y écrit certaines informations comme la quantité de bouteilles ou l'année du millésime », explique Thierry Gall. Depuis dix ans, ce caviste trace d'une main sûre ces informations au fil des tirages et des modifications de stockage. Un geste qu'il a appris par transmission, il y a dix ans. Un geste considéré « comme un savoir-faire maison puisqu'il a été présenté ainsi au public lors des dernières journées du patrimoine de LVMH », ajoute Yuka Gansser, directrice des visites et réceptions de Moët & Chandon. Grâce au talent de Thierry Gall, les planchots sont marqués au blanc d'Espagne pour éviter que les informations ne s'effacent, comme cela pourrait arriver avec de la craie plus souvent employée. Cette calligraphie a donc été reprise pour réaliser l'étiquette des millésimes. Le numéro de l'année en blanc est tracé comme pour un planchot sur un fond noir.

« C'est une belle mise en avant pour valoriser ces bouteilles d'exception. Cela nous permet de les distinguer des autres cuvées tout en mettant en avant une tradition champenoise. Toutefois nous avons gardé tous les codes de la maison pour la collerette », précise Yuka Gansser.

A priori, la Grande maison ne s'est pas trompée sur ce choix : les ventes des millésimes de la boutique Moët & Chandon, avenue de Champagne à Épernay, sont en hausse.

Photos / vidéos

Auteur :

Légende : Un savoir-faire maison pour une nouvelle étiquette.

Visuel 1:



Auteur :

Légende : Thierry Gall, caviste, chargé d'écrire sur les planchots de Moët & Chandon.

Visuel 2:



URL source: <http://www.lunion.presse.fr/article/champagne/champagne-lecon-de-calligraphie-de-moet-chandon>