

Moët inaugure la Rolls des cuveries

Par *Sophie Claeys-Pergament*

Créé le 30/10/2012 10:24

Mont Aigu à Oiry, une cuverie de 100000 hectolitres pour 150 millions d'euros en autofinancement (dont 34 % investis dans la Marne). Un super-outil de vinification que seul Moët & Chandon pouvait concevoir et construire. Un des investissements (privé) les plus importants dans la région depuis des années.

En présence de nombreux responsables nationaux et internationaux de la marque ainsi que des patrons des autres maisons de champagne du groupe, deux discours se sont succédé, celui du président de Moët & Chandon, Stéphane Bashiéra, hôte des lieux, et celui du président de Moët Hennessy, Christophe Navarre. Le ton des propos a été volontairement politique. Une sorte d'explication de texte assumée sur la maison et son avenir.

Mont Aigu: «Il a été beaucoup porté de commentaires sur ce site. Moët & Chandon est à un tournant historique de sa longue existence (1743). Cette entreprise s'est développée ces quinze dernières années sur ses marchés traditionnels, l'Europe (Russie comprise). Néanmoins, nous avons également investi fortement dans des marchés comme le Brésil, le Mexique, la Chine mais également le Nigéria. Cette entreprise a donc besoin de se doter d'un site de production puisque le site d'Epernay est complètement saturé.

Nous avons l'ambition pour les cinq années qui viennent de conquérir de nouveaux marchés. Plus que jamais, le site d'Epernay est le garant du code génétique de Moët & Chandon. Il ne sera jamais menacé, mais nous avons besoin de préparer aujourd'hui les relais de croissance afin de récolter les profits que cette entreprise fera demain. MontAigu est la somme de compétences et d'expertises.»

La position de leader: Autre point soulevé par Stéphane Bashiéra, celle de la forte présence de Moët & Chandon en Champagne: «On nous dit vous êtes gros! Mais on a tendance à oublier que notre société a associé le monde économique qui satisfait notre actionnaire aux enjeux sociaux régionaux. Oui, c'est une grosse entreprise, mais je tiens à rappeler que chaque fois que nos volumes augmentent de 1 %, j'achète du matériel, je recrute du personnel. Ainsi 4, 8 millions d'euros sont réintroduits de manière directe par les salaires ou indirect par les taxes à payer dans l'économie locale.»

La création de valeur: Pour le patron de Moët & Chandon, c'est la création de valeur qui est liée à cette réussite: «C'est la seule voie qui est et a été suivie par nos dirigeants. Elle ne peut reposer que sur la recherche éperdue de la qualité. Mont Aigu est l'outil le plus abouti et le plus récent dont l'objectif est la qualité absolue. Le consommateur est mondial et il est de

plus en plus sophistiqué. On peut également évoquer la construction de la marque. Cette faculté à construire une espèce de lien invisible entre un produit de qualité et Moët & Chandon. C'est l'expression d'un individu à projeter sur les autres ce qu'il ressent de lui-même. Si cette condition n'est pas remplie, on ne peut pas demander de payer quelques euros en plus pour accéder à l'immatériel. Et l'immatériel n'a pas de prix. À cela je peux ajouter qu'il faut également un excellent réseau de distribution mondial et intégré avec 3000 collaborateurs répartis sur 150 pays. Ces trois conditions sont nécessaires ensemble.»

La politique champenoise: L'épisode de la valse-hésitation du SGV à propos des décisions vendanges 2012 fait encore réagir Stéphane Bashiéra: «Entre les déclarations d'intention, la réalité du moment, et les décisions prises ici ou là, il y a des différences, il n'y a pas d'autres logiques pour cette filière que de transformer rapidement des déclarations d'intentions en actes concrets et tangibles, faute de quoi, on ne peut pas exclure d'entrer rapidement dans une zone de turbulence assez forte. Depuis des années, cette entreprise a bien fait son travail sur un plan économique et social, elle a aujourd'hui une ambition raisonnablement élevée, et le mot élevé est important.»

Moët Hennessy: Comme un duo bien huilé, Christophe Navarre, président de Moët-Hennessy reprend la discussion sur le thème de la construction de Mont Aigu: «Je crois que c'est une grande réalisation parce que c'est vrai que les maisons de Moët Hennessy font partie d'un grand groupe conquérant et d'un groupe qui a décidé d'avancer et de ne jamais regarder derrière sinon pour respecter le passé et l'ADN de ses marques. Notre réseau de distribution est à la marque Louis Vuitton ce que sont les magasins. À savoir pour pouvoir contrôler la qualité et demander ses fameux euros en plus qui justifient ce travail. On ne peut pas avancer sans avoir une vision. Notre vision est à long terme. Que cela soit Moët & Chandon, Krug, Veuve-Clicquot, Ruinart et Mercier, on ne peut pas ne pas réfléchir à court terme. Quand on voit le temps qu'il faut pour élaborer une bouteille de Dom Pérignon, minimum sept ans, on ne raisonne pas à court terme. On a besoin de valeur, celle du groupe, l'innovation, la créativité, l'esprit d'entreprise et le client. Sans oublier la passion. Il faut rappeler que dans le contexte général, cet investissement va être doublé en Charente. Nous constituons une fédération d'entreprises qui a comme volonté d'être leader dans l'industrie de luxe, c'est-à-dire tout en haut.»

Les moins de dix euros: «Mais à ce propos, j'avoue que parfois je ne comprends plus rien du tout. Quand je vois des opérateurs écouler des bouteilles de champagne à moins de dix euros, voire pire à 5, 45 euros, l'horreur! Je ne peux pas comprendre, et je n'accepte pas que cela existe. J'invite les instances qui régulent la Champagne à réagir devant ce phénomène.»

Prix du kilo de raisin: «C'est vrai que pour atteindre nos objectifs qualitatifs, nous sommes prêts à faire l'investissement en prix du kilo de raisins pour chercher la meilleure qualité pour nos marques.»

Contexte économique: «C'est vrai que l'ambiance est morose, mais faut-il rappeler que nous ne subissons pas la guerre, nous connaissons la crise, mais le monde change et évolue. Avec la mondialisation, le risque se répartit. Nous sommes des gens optimistes, c'est investissement est un acte d'optimiste!»

Mont Aigu

La cuverie est la première étape du projet lancé par Moët & Chandon. D'ici 2016, c'est un site de production entier qui sera construit avec des caves, des unités de tirage, de dégorgement puis d'habillage. Le chantier devrait être terminé en 2016.

En chiffres, Mont Aigu, c'est 6000 mètres carrés de superficie, 100 000 hectolitres supplémentaires de stockage et de vinification à terme, 137 cuves et une capacité de 21 millions de bouteilles en 2016.

Certifié haute qualité environnementale, le lieu réalise 26 % d'économies d'énergie par rapport à une construction classique. Le bâtiment est semi-enterré, ce qui favorise son inertie et le rend moins sensible aux variations thermiques.

La réduction de nombreux flux externes participera également à l'amélioration de l'empreinte carbone en supprimant la rotation de plus de 2000 camions par an.

Photos / vidéos

Auteur :

Légende : Une cuverie ultra perfectionnée à la hauteur des ambitions de vinification et d'œnologie visées par Moët & Chandon.

Visuel 1:



URL source: <http://www.lunion.presse.fr/article/marne/moet-inaugure-la-rolls-des-cuveries>