

l'union

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Un conquérant à la tête de Moët & Chandon

Un conquérant à la tête de Moët & Chandon

Par *Anonyme*

Créé le 13/03/2012 10:20

Nouvelle ambiance avec le nouveau maître de maison. Stéphane Baschiera, le patron de Moët & Chandon marche vite, mange vite, parle vite, pense tout aussi vite. Un dynamisme à toute épreuve. Dans les salons du Château Trianon à Épernay, on le sent à son aise, bien dans sa place de leader de la marque de champagne la plus puissante du monde. Cet univers ne lui est pas inconnu. D'une part, c'est un homme du sérail LVMH, un spécialiste du secteur des vins et spiritueux, puisqu'il s'est occupé de Krug en 1998, puis de la filiale italienne du groupe Moët, puis encore de Ruinart, de Veuve-Clicquot avant d'être nommé pour remplacer il y a deux mois Daniel Lalonde, ancien de chez Vuitton qui a fait un passage éclair dans le monde de la bulle pour rejoindre le groupe Ralph Lauren.

« Développer notre marque vers l'est de la planète »

D'autre part en tant que responsable de MHCS (Moët Hennessy Champagne Services) depuis près deux ans, il connaît parfaitement la marque. C'est sûrement pour toutes ces raisons, que du négociant au petit viticulteur, sa nomination a été très appréciée en Champagne. « Pour moi, Moët & Chandon représente une dimension unique. Il faut prendre en compte toute la charge symbolique de la marque. En l'occurrence, ses références économiques, sociales, politiques et son poids historique en tant que locomotive de la Champagne. À ce niveau, je constate que l'échelle est différente de mon poste précédent (président de Veuve-Clicquot). »

En termes de masse salariale aussi, le changement est impressionnant passant ainsi de 600 à 1 600 salariés (employés du vignoble inclus). En revanche, son credo reste le même au fil des années quelle que soit la maison : « La logique de création de valeur reste la même. Et rien ne m'empêchera de tracer la voie de la valeur ajoutée. » Avec comme destinations futures : les Bric (Brésil Russie, Inde et Chine). « Pour l'instant, je vais surtout m'attacher à travailler et à développer notre marque à l'est de la planète donc vers la Russie et l'Asie car on ne peut pas courir sur plusieurs marchés », analyse-t-il. Toute en ajoutant immédiatement : « On doit aussi regarder de plus près ce qui se passe en Afrique. Il suffit d'observer les chiffres du Nigeria (+16 % avec 660 000 bouteilles) pour voir que le champagne progresse sur ce continent. Il faut donc bien s'organiser pour que Moët & Chandon comme Dom Pérignon s'y installent. » Quand on entend parler Stéphane Baschiera, on le sent attiré par le vent de l'aventure qui souffle sur ces nouveaux marchés à conquérir situés à des milliers de kilomètres de l'appellation Champagne.

Et si les chiffres du CIVC début d'année s'inscrivent à la baisse (lire par ailleurs), le patron de Moët tient à préciser que pour sa part : « Nous ne reflétons par les chiffres du CIVC. Nous avons la chance de bien débuter l'année. C'est vrai que la tenue du dollar bien orienté par rapport à l'euro nous aide. De toute façon, notre travail est d'investir dans le marketing pour séduire le consommateur tout en élaborant de bon vin, mais il est évident que les choses ont changé, il faut apprendre à gérer les crises de façon réactive et efficace. »

En gardant toujours en tête l'origine de la marque, Stéphane Baschiera, avec ses équipes, veut continuer à écrire l'histoire de Moët & Chandon. Presque l'histoire de la Champagne !

Sophie Claeys-Pergament

Photos / vidéos

Auteur :

Légende : « Il faut prendre en compte toute la charge symbolique de la marque », observe Stéphane Baschiera.

Visuel 1:



URL source: <http://www.lunion.presse.fr/article/champagne/un-conquerant-a-la-tete-de-moet-chandon>