

L'union

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE



Mailly Grand Cru, du cousu main



Jean-François Préau et Hervé Dantan dans le chai de Mailly Grand Cru.

C'est dans le royaume du pinot noir grand cru à Mailly-Champagne que trône la coopérative Mailly Grand Cru. Sa cuvée phare, les Échanssons 1999, vient de sortir pour les fêtes. En quelques chiffres, on peut résumer la situation de l'entreprise : 500.000 bouteilles commercialisées dont 50 % à l'export, 83 adhérents, 70 hectares et 25 familles. Toutefois, il serait injuste de ne regarder que les chiffres puisque le travail réalisé par Mailly Grand Cru se rapproche du cousu main réalisé par les plus belles maisons de l'aire d'appellation. L'objectif de Jean-François Préau, directeur, et Hervé Dantan, chef de caves, est de développer la vinification parcellaire. « Nous pouvons travailler sur 450 parcelles. Elles sont toutes répertoriées. Cela nous permet de mieux connaître la maturité des raisins avant de commencer la vendange ». Cette démarche de valorisation des plus beaux (et chers) raisins permet d'apporter une palette de vins et d'arômes différents qui bénéficient aux assemblages et aux cuvées. Ceux qui

avaient acquis les premiers pressoirs pneumatiques, il y a vingt ans, continuent d'ailleurs d'être à la pointe de la technologie. De nombreux investissements ont été faits dans le domaine de la cuverie, toujours pour mettre en avant les atouts du parcellaire. Composée de neuf cuvées différentes (extra-brut, demi-sec, blanc de noirs, prestiges...), celle-ci est particulièrement abondante. Quatre foudres de 50 hectolitres et 100 barriques (Château-Margaux Pavillon Blanc) sont installés dans le « chai » du domaine. « Pour nous, le bois est également une facette supplémentaire qui peut apporter un plus à nos vins », précise Hervé Dantan. Toute cette organisation est liée à un travail de positionnement très précis sur le marché. « On travaille une matière première de qualité et notre cycle d'élaboration des vins est très pointu. Cela nous permet de nous situer dans un bon rapport qualité-prix ». Ni trop chère, ni trop bon marché, la politique commerciale est surveillée de très près par Jean-François Préau. « Nous avons une clientèle fidèle et travaillons avec les réseaux traditionnels. Notre objectif est de valoriser au mieux notre gamme ». S.C.-P. viticulture

Auteur :

Article paru le : 9 décembre 2008