

CHAMPAGNE / Pernod-Ricard voit l'avenir en rose



Lionel Breton, directeur de Mumm-Perrier-Jouët et de Martel, Michel Letter, directeur des marques de champagne, Pierre Pringuet, second du groupe Pernod-Ricard.

« C'était un dogme. On nous disait que quand on vient du pastis, on ne peut pas vendre du champagne. Nous le vendons, et plutôt bien. » Pierre Pringuet, numéro deux du groupe Pernod-Ricard et probable successeur de Patrick Ricard, était en Champagne pour les vendanges. Une manière de poser ses mocassins dans les galeries en assurant la pérennité des deux marques Mumm et Perrier-Jouët.

Rachetées à Allied-Docmecq depuis deux ans, les deux maisons ont vu leur volume augmenter en un an de temps. 3 % pour Mumm, 11 % pour Perrier-Jouët. Une réussite expliquée par un portefeuille composé de marques internationales haut de gamme et des soixante-dix filiales qui les distribuent. Ce réseau exceptionnel participe donc à la montée en puissance des champagnes du groupe. Avec des secteurs géographiques différents selon les marques.

« Nous n'envisageons pas la pénurie »

Ainsi Mumm se développe en France, dans le sud de l'Europe, « avec une force de vente pointue en Espagne ». « En fait, c'est surtout aux États-Unis que nous devons accentuer nos efforts. »

En revanche, le Perrier Jouët est fort apprécié des Américains. « Nous sommes particulièrement présents sur le marché de l'Europe de l'Est. Nous organisons d'

événements à Courchevel où près de 40.000 Russes prennent leurs quartiers d'hiver. »

Pour celui qui est classé en 2^e place des vins et spiritueux dans le monde, le champagne doit être lié à un marketing à toute épreuve et à la mise en valeur des bouteilles et des vins. Si la réussite est au rendez-vous, les enjeux sont les mêmes qu'ailleurs. Nous souhaitons garder la rareté du champagne. Mais nous n'envisageons pas la pénurie, synonyme de disette » déclare Pierre Pringuet.

Son collaborateur, Michel Letter, directeur des deux marques respectivement rémoise et sparnacienne, reste optimiste. « De nombreuses décisions ont été prises par l'interprofession. Les rendements et les réserves individuelles revus à la hausse, tout est fait pour attendre sereinement l'extension de l'aire d'appellation. On peut désormais voir l'avenir un peu plus rose. » Et puis, Michel Letter ne sera pas absent de la scène lorsque se négocieront les nouveaux contrats interprofessionnels en 2008. D'ailleurs, la maison Mumm vient de doubler le volume de sa cuverie de Reims passant de 70.000 à 140.000 hectolitres. Des investissements qui permettent de dire que le groupe Pernod-Ricard ne quittera pas la Champagne de si tôt.

Sophie Claeys-Pergament

Auteur :

Articlé paru le : 11 septembre 2007