

ADC, la start-up qui révèle les « petits » vignerons

Jeune entreprise valorisant le travail des vignerons indépendants, Ambassade du Champagne (ADC) a depuis peu quitté l'incubateur de NEOMA BS et a désormais pignon sur rue dans le quartier très prisé de la Butte Saint-Nicaise à Reims. Focus sur cette start-up qui monte.



Léo Ginailhac, Adrien Ruggirello et Guillaume Bonalet ont créé Ambassade du Champagne en 2012. (© DR)

Quand Adrien Ruggirello et Léo Ginailhac débarquent à Reims pour faire leurs études, ils ne savent pas grand chose du monde du champagne. Mais sur les bancs de Reims Management School, devenu entre-temps NEOMA Business School, les deux amis apprennent vite. « Je ne connaissais que les grandes marques et les grandes maisons, raconte Adrien Ruggirello, mais dans ma classe, il y avait des fils de viticulteurs et chefs de cave. A leur contact, j'ai découvert les petits viticulteurs dont je ramenais des bouteilles à ma famille ou aux copains, presque chaque week-end. » A cet apprentissage sur le terrain vient s'ajouter l'apport des cours au sein de l'école de commerce où les étudiants apprennent toutes les spécificités du secteur et en particulier ses différents acteurs : négociants, coopératives, récoltants... « Progressivement je me suis de plus en plus intéressé à cet univers, faisant le tour des exploitants, en particulier chez ceux où tout se passe en famille ou presque. De véritables couteaux suisses pour tout ce qui concerne le métier de la vigne. Mais en revanche, je me rends compte que dans le domaine de la communication, ils ne sont pas prêts, faute de formation. On s'est dit alors que leurs champagnes étaient excellents et qu'ils méritaient d'être connus. » C'est donc de cette idée que naît en 2012 Ambassade du Champagne.

Faire entrer les vignerons dans l'ère numérique

Rejoints par Guillaume Bonalet, un Rémois spécialisé dans la distribution de vins et spiritueux qui lui, à l'inverse, a fait ses études à Paris, Adrien Ruggirello et Léo Ginailhac commencent d'abord l'aventure par la commercialisation de champagnes produits par de petits vignerons sur leur site dédié, avec l'objectif premier de « valoriser leurs tarifs ». « Quand on ne vit pas en Champagne, comme moi qui a grandi à Paris, trouver du champagne à moins de 25 ou 30 euros c'est suspicieux, explique Adrien Ruggirello. Dans la tête du consommateur, c'est un produit de luxe qui ne se brade pas, donc forcément la valeur de la bouteille ne doit pas être inférieure à 30 ou 35 euros, d'autant plus quand ce sont des vignerons indépendants qui le produisent. Pour le jeune directeur, « leur travail devrait même être mieux valorisé que les grandes maisons ».

Au-delà de cet aspect commercial, représentant en 2015 environ 13 000 bouteilles vendues, issues du travail d'une quinzaine de propriétaires récoltants, ADC propose donc aux vignerons un accompagnement marketing axé sur la transition digitale. « Quand un vigneron a passé toute sa journée dans les vignes, le soir il n'a pas forcément envie ou l'énergie pour se mettre devant son ordinateur et faire vivre son réseau. Nous, nous sommes nés avec ces outils digitaux que nous maîtrisons. Notre travail consiste donc à leur expliquer que les modes de consommation ont changé. Le premier vendeur de vins, ce n'est plus Nicolas mais Venettes Privées. Nous les accompagnons dans cette ère numérique, en leur apprenant par exemple à utiliser correctement les réseaux sociaux ou en leur créant du contenu photo et vidéo. » Néanmoins, ADC ne veut pas être une agence de communication. « Ce que nous proposons, c'est un package comprenant des modules de formation sur les outils digitaux et un réseau de distribution pour vendre auprès des

L'HEBDO DU VENDREDI TV



ITV de Benoît APPARU Député Maire (LR) de Châlons en Champagne

1er bilan en ce dernier jour de la Foire de Châlons....

VOIR TOUTES LES VIDÉOS

le cnam
Formez vos talents depuis 1794

apprendre
au cnam
change votre vie

**Portes ouvertes à Reims
du 10 au 17 sept.**

03 28 36 80 00

Le Centre d'Enseignement de l'Institut Français de la Région ALSACE CHAMPAGNE ARDENNE LORRAINE

LE FIL DE L'HEBDO

09/09 CHALONS SOCIÉTÉ - FOIRE DE CHÂLONS
Le blues de la fin de foire

09/09 EPERNAY POLITIQUE - RENTRÉE POLITIQUE
La parole est à l'opposition

09/09 CHALONS CULTURE - RENTRÉE CULTURELLE
Coup de projecteur sur la nouvelle saison de la Corr

09/09 CHALONS SOCIÉTÉ - FOIRE DE CHÂLONS - BILA
Les exposants se tiennent prêts pour la 71e édition

09/09 MARNE ÉDITO
Héritage

09/09 REIMS SOCIÉTÉ - PATRIMOINE
La nouvelle vie de la fontaine Subé

09/09 MARNE SOCIÉTÉ - ECOLES DE COMMERCE
NEOMA, rémoise et internationale

09/09 CHALONS-REIMS SPORT - BASKET PRO A - PRÉ
Le CCRB nouveau se dévoile enfin à domicile

09/09 MARNE SOCIÉTÉ - FORMATION - ARMÉE
Engagez-vous et formez-vous à l'école de la vie

08/09 REIMS CULTURE - JONGLISSIMO - 2016
Objets Volants aux talents identifiés

08/09 REIMS ÉCONOMIE - INNOVATION
Somme, produit plus pratique et plus écologique
VOIR TOUT LE FIL

L'HEBDO EN PDF



Édition Reims
(téléchargez)



Édition Châlons
(téléchargez)

