

14.11.2006/rev.1/2006



# La grappe

magazine

LE MENSUEL INDÉPENDANT AU SERVICE DES VIGNERONS

2 € / [www.lagrappemagazine.com](http://www.lagrappemagazine.com) / le plus diffusé de la profession vitivinicole

**technique**

Une large gamme pour faire face au mildiou

**portrait**

Domaine Fichet: ils ont créé un négoce

**dossier**

# Bien aborder LA RESTAURATION



# Domaine Fichet: ils ont créé un négoce car ils manquent de vins

**Le succès des frères Fichet dans le mâconnais les a conduit à créer un négoce.**

Pour le domaine Fichet, de 18,5 ha dans le mâconnais en Saône et Loire, l'année 2006 démarre sous les meilleurs auspices. Suite à des articles de presse publiés dans leur pays respectif, trois importateurs du Royaume-Uni, d'Irlande et du Japon sont venus sur place fin décembre dans le petit

« un vin de qualité se vend toujours »

village d'Igé. Ils ont dégusté les vins et rencontré les vignerons, Olivier et Pierre-Yves Fichet. Les deux frères savourent la reconnaissance de plus en

## L'entreprise en un coup d'œil :

- \* **Domaine Fichet. GAEC.**
  - 18,5 ha. Mâconnais.
  - 120 000 bouteilles
  - Prix de vente de 3,8 € à 18 € TTC.
  - Pierre-Yves et Olivier ; 2,5 salariés
- \* **Domaine Olivier Fichet.**
  - 3 ha de chardonnay
  - 1ère récolte 2005 de 180 hl
  - 7000 bouteilles
  - 80 000 bouteilles
- \* **Négoce : Vignerons Bourgogne Sud**

plus fréquente de leur travail. Elle se concrétise par le gain de nouveaux marchés trouvés tous les ans.

## Une gamme complète

Leur production annuelle de 120 000 bouteilles se vend comme des petits pains. Depuis 2001, ils manquent même de vins et sont obligés de limiter leurs clients, avec, au ventre, « la crainte qu'ils n'aillent s'approvisionner ailleurs ». Afin de remédier à cette situation, en avril 2005, ils ont créé une structure de négoce Vignerons Bourgogne Sud (VBS) qui achète des vins finis. Début 2006, ils ont déjà vendu 80 000 de ces bouteilles sur des marchés spécifiques (export, grande distribution, grossistes) « que sinon, nous n'aurions jamais pu fournir », précise Olivier, qui supervise



« Pierre-Yves et Olivier Fichet (sur la photo) se sont équipés d'un tableau électronique de commande des cuves thermorégulées. »

la stratégie commerciale. En 2005, Olivier a en outre acquis un domaine personnel, le domaine Olivier Fichet pour l'instant de 3 ha de chardonnay qui a produit 180 hl et 7000 bouteilles. « L'avenir n'est pas si morose qu'on l'entend, affirme-t-il haut et fort. Si on sent que le marché est difficile, il se commercialise tout de même beaucoup de vins. Simplement, il n'y a plus de place pour tous les types de vins. L'important c'est la qualité. Un vin de qualité se vend toujours ».

Qualité des produits, création d'une gamme complète de vins, dynamisme commercial, travail sur la notoriété du domaine... au fil des ans les deux frères ont conduit une stratégie payante.

« La force de notre vente c'est la gamme », souligne Olivier. Elle compte 15 cuvées : 7 blancs, 4 rouges, un rosé, 2 crémants de Bourgogne et Virvolte, un vin de table rosé pétillant. Le prix de vente s'échelonne de 3,80 € à 18 € TTC.

« la force de notre vente c'est la gamme »

À leur arrivée – Pierre-Yves, 40 ans, s'est installé en 1988, Olivier, 36 ans, l'a rejoint en 1990 après un BEPA et un diplôme de commerce des vins – le domaine compte 11 hectares en AOC mâcon rouge (pinot noir et gamay). Leurs parents commerciali-

sent une partie de leurs vins en bouteilles qu'ils vendent directement aux particuliers. D'emblée les deux frères entendent rétablir l'équilibre entre les couleurs d'autant que « la région acquière de la notoriété sur le chardonnay ». En dix ans, ils plantent donc 7,5 ha de chardonnay. En 2000, 100% de la production est commercialisée directement en bouteilles.

## Deux cuvées locomotives

« Au départ, nous avons mis beaucoup de temps pour améliorer les vignes et le travail en cave », souligne Olivier. Chaque parcelle est vinifiée séparément. Ils s'équipent en conséquence

« l'avenir n'est pas si morose »

avec 45 petites cuves d'une capacité comprise entre 20 et 70 hl. Depuis 1988 elles sont thermorégulées. En 1995, ils investissent dans un pressoir pneumatique Bucher de 30hl. La vendange est triée, tous les raisins sont égrappés. Le domaine pratique des macérations préfermentaires à froid. Depuis 1998, des efforts qualitatifs significatifs sont réalisés sur les vignes (enherbement un rang sur deux, labour sur l'autre rang, effeuillage systématique à la chute des capuchons...). Mais le véritable tournant du domaine se produit en 2000 et 2001. Ils créent deux cuvées de prestige : La Cra, en AOC mâcon Igé blanc, élevée en barriques sur lies pendant 12 mois. Atypique du mâconnais elle est vendue 12 € TTC. La fraisière, en AOC Bourgogne

rouge, vinifiée en partie en fûts est commercialisée au tarif de 11 €. Les rendements sont très maîtrisés (40hl), les vignes ébourgeonnées. Ces cuvées, très critiquées par leurs pairs, assoient leur réussite et redoublent leur notoriété. Ils sont lauréats du trophée des jeunes talents de Bourgogne, décerné par la bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne, en 2000 et 2004. Dès lors, les citations dans les guides et médailles sont leurs meilleurs ambassadeurs. « Nous en sommes aujourd'hui où nous en sommes grâce à elles, affirme Olivier. Elles sont devenues les locomotives du domaine. Leur renommée tire le reste des cuvées ». Ils n'en oublient par pour autant le reste de la gamme et soignent tous les segments de marché. Le chardonnay en vin de pays de Saône et Loire lancé en 1998 et d'un bon rapport qualité/prix (3,8 € le col) « marche très bien ». Virvolte, une marque de vin de table effervescent rosé de faible degré (7%) lancée en 2004 par l'union des producteurs des vins de Mâcon aussi. Le

GAEC en a commercialisé 3000 bouteilles en 2005, au tarif de 5,95 €. « Pour ce produit, nous avons d'excellents contacts à l'export, souligne Olivier. Mais les principaux freins à son développement viennent des viticulteurs mâconnais eux-mêmes qui n'y croient pas vraiment ». Sans cesse en train d'évoluer et d'investir, le domaine est très à l'écoute de ses clients. La cuvée Cra, par exemple, issue de raisins récoltés en limite de surmaturation à 13,5-14,5° plaît beaucoup aux consommateurs, n'en déplaise à l'Inao, « souvent déphasé par rapport au marché », regrette Olivier qui tempête contre les baisses imposées de rendements, de 66 à 58 hl/ha en deux ans. Elles leur « ont fait perdre des marchés qu'ils ne pouvaient plus fournir, alors qu'ils maîtrisent leurs vignes et vendent tout ». Côté marchés, ils ne mettent pas non plus tous leurs œufs dans le même panier. Pierre-Yves et Olivier ont diversifié les fournisseurs. Les ventes directes aux particuliers restent le socle immuable de

leur commerce. Elles représentent la moitié des volumes. Mais désormais le quart de leur production part à l'export, le dernier quart est écoulé auprès des cavistes, grossistes et restaurateurs. Tous les ans,

« Côté marchés, ils ne mettent pas non plus tous leurs œufs dans le même panier »

ils participent à trois salons : Cagnes sur mer, La Verpillière, Voiron. Au mois d'avril, ils organisent des portes ouvertes durant trois jours. Enfin, ils effectuent des livraisons groupées, chez des clients complices, dans une dizaine de villes. Depuis janvier 2005 ils ont pris un agent commercial sur Paris. La prochaine étape en 2006 est d'étoffer leur gamme du négoce avec des crus comme Pouilly-Fuissé et Pommard. L'achat de raisins pour les vinifier eux-mêmes est à l'ordre du jour. Ils sont toujours en évolution ■

Florence Bal

## Artilin respecte votre vin et protège votre chai des moisissures.



GAMME SOLUTIONS HYGIÈNE

- Peinture anti-moisissures pour murs et plafonds
- Résiste au mucor
- Préserve durablement l'esthétique des chais
- Ne dégrade pas le goût du vin (sans composés organochlorés)

ARTILIN S.A.  
B.P. 12 - 47450 COLAYRAC SAINT-CIRQ  
Tél. : 05 53 87 51 65 - Fax : 05 53 676 676  
www.artilin.fr - v.minsenti@artilin.fr

