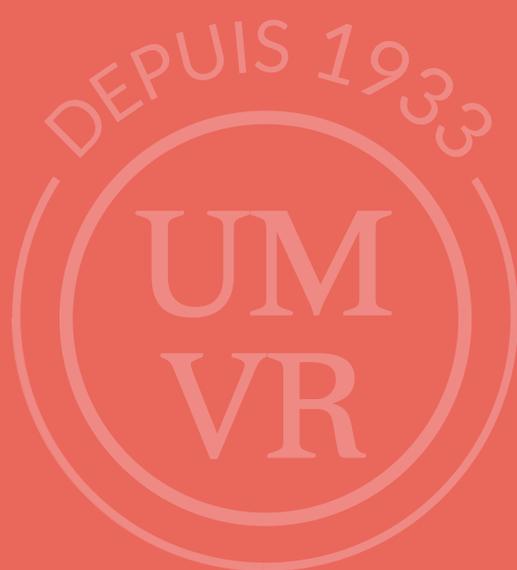


# Les Wineries du Rhône

**M. Chapoutier**



## M. CHAPOUTIER, INVENTEUR DE TERROIR

**Il a multiplié les résultats de sa maison par 30 en 25 ans en s'appuyant sur un solide esprit d'équipe et une bonne dose d'innovation.** Cet autodidacte esthète et bon vivant préside aujourd'hui aux destinées d'Inter Rhône ; il présente sa conception du métier de négociant et défend le droit à l'intuition.

Un vigneron qui fait un vin apprécié est vite confronté aux limites de sa production. Il se tourne alors vers d'autres vignerons pour leur sous-traiter l'achat de vin ou de raisin et, ce faisant, devient négociant. Les crises de la fin du 19e siècle et du début du 20e ont marqué la fin du premier âge du négoce : quand, à la première baisse des cours un peu violente, le négociant rompait tout engagement avec ses fournisseurs, les abandonnant seuls face à leurs problèmes.

La conséquence de ce comportement a été la création des coopératives. Le deuxième âge du rapport négoce/production s'est caractérisé par des vignerons qui ont eu tendance, dans les années 60, à garder leur bon vin et à vendre le moins bon au négoce. Cet esprit de revanche a disparu dans les années 90/2000 où l'on est entré dans **l'âge moderne du négoce : une logique de sous-traitance basée sur de vrais partenariats avec de vrais cahiers des charges, et pour laquelle la vallée du Rhône est très en avance.** Les achats sont internalisés. L'acheteur est souvent un ingénieur agronome œnologue qui apporte un conseil et un suivi à la propriété.

### Créer de la valeur

« On me demande souvent si mon vin est un vin de négoce ou un vin de production. Je réponds que c'est un Chapoutier. Il ne vous viendrait pas à l'idée de demander à Louis Vuitton si c'est un salarié ou un sous-traitant qui a fabriqué son sac. Du moment où j'appose ma signature sur une bouteille, j'agrée un produit que je suis depuis le début », explique Michel Chapoutier.

**Selon lui, le métier de négociant consiste à amener une plus-value de savoir-faire, donc une marge complémentaire.** Le reproche souvent fait au négoce était de faire uniquement son beurre sur le dos des producteurs par des économies à l'achat. Le négociant ne doit pas être celui qui gagne sa vie par l'économie d'achat, mais par la plus-value qu'il amène grâce à son métier, ses savoir-faire, la qualité de ses équipes, son flair...

### Avoir toutes les marches de l'escalier

Autre combat de Michel Chapoutier, mettre de l'huile dans les rouages et tenter de lever des blocages néfastes à tous. En Australie ou au Chili on est libre de planter 1 000 pieds à l'hectare pour un rendement de 200 hectos l'hectare. En Espagne, les producteurs ont adapté leur modèle économique pour produire un vin vendu 30€ l'hectolitre destiné à un marché premier prix qui existe. « Le problème à l'étranger, c'est que les jeunes étudiants commencent par acheter un vin chilien, qui est dans leurs prix et une fois devenus actifs, ils restent sur ce vin, regrette Michel.

**Quand vous entrez dans une pièce et que vous avez le choix entre différents escaliers, s'il manque deux marches à l'un d'entre eux et bien vous n'allez pas le prendre !** Et ça, c'est la France qui, dans sa logique de filière, ne veut pas écouter l'aval. Il y a 50 ans, on ne savait pas le faire, mais maintenant, nous savons exactement comment cela marche ».

**Michel Chapoutier,  
Président de la  
Maison**



**Maison créée  
en 1808.**

250 salariés.

67 058 hl commercialisés.

CA 2016 : 52 m€

dont export : 27 m€.

**Marques :** Pavillon, De  
l'Orée, Chante-Alouette,  
Bernardine. Belleruche.



**« On me  
demande souvent  
si mon vin est  
un vin de négoce  
ou un vin de  
production.  
Je réponds  
que c'est un  
Chapoutier. »**

### **Oser sortir du moule**

Ce qui donne encore de l'énergie à ce battant né ? Voir arriver toute une nouvelle génération plus ouverte et plus pragmatique aux commandes, dont sa fille, et aussi garder intact l'amour de son métier. Lui qui se présente

comme un autodidacte ayant acheté son entreprise à 25 ans assure que **le point fort de la maison Chapoutier, c'est de savoir trouver des solutions innovantes là où beaucoup, formatés dans les mêmes moules, appliquent les mêmes.** Il a créé le plus vieux domaine conduit en biodynamie de la région, le plus grand de France sur ce modèle. « J'ai tout de suite dû faire de la croissance et pour cela, j'ai commencé à faire des castings de terroir. Dans le Roussillon, en diversifiant des terroirs oubliés qui n'étaient plus utilisés que pour des vins doux naturels ou au Portugal ou en Australie où là, nous avons réellement créé des terroirs ». Cet adepte de l'intuition qui se méfie du cartésianisme estime que les terroirs des Côtes du Rhône rouge sont plus adaptés aux blancs, ce qui se vérifie par la qualité des vins produits par ceux qui ont le courage de passer des rouges aux blancs. « L'inventeur de terroir, assure Michel Chapoutier, c'est celui qui a la capacité d'écouter son sol et de savoir ce qu'il peut donner ».



**M. Chapoutier**

**6601 Tain L'Hermitage Cedex**

**+33 (0)4 75 08 28 65**

**chapoutier@chapoutier.com**

**www.chapoutier.com**

**Contact UMVR**

**+33 (0)4 90 27 24 16 / 18**

**presse@umvr.fr**

**www.umvr.fr**