

Vendeurs et passionnés

Être passionné par une activité, un loisir ou un art peut aider à créer un réseau commercial. Portraits de quatre vigneronnes qui savent marier leur sens du commerce à une passion.

Chez les champagnes Salmon, à Chaumuzy, dans la Marne, la passion pour la montgolfière fait partie intégrante de la communication. À l'extérieur du caveau, une montgolfière en métal de plusieurs mètres de haut plante le décor. À l'intérieur, de grandes photos montrent la montgolfière Salmon dans les airs. Et un ballon figure sur toutes les étiquettes. Comme souvent, l'intérêt pour ce loisir est venu d'une rencontre. « Il y a plus de vingt ans, un client est venu avec un ami qui a demandé l'autorisation d'organiser un rassemblement de montgolfières, raconte Alexandre Salmon. Mon père a accepté. Un an plus tard, en 1992, il passait son brevet de pilote ! Et depuis, il associe ses deux passions : vigneron et aérostatier. »

Les Salmon participent à une dizaine de rencontres de montgolfières par an, ainsi qu'à des meetings à l'étranger. Pour faire connaître leurs champagnes dans ce milieu, ils insèrent une publicité dans l'annuaire des aéronautes et louent un stand au Mondial Air Ballon, à Chambly

(Meurthe-et-Moselle). Ils estiment qu'ils commercialisent 5% de leurs 90 000 bouteilles vers ces passionnés. « La part exacte est très difficile à quantifier, car les ventes se font souvent de manière indirecte, indique Alexandre Salmon. Avec les aérostatiers, on est plus dans la convivialité que dans le commerce. À l'atterrissage, on partage un casse-croûte et on sort une bouteille de champagne. Le bouche-à-oreille se fait naturellement. Cette passion nous confère

« À l'atterrissage, on partage un casse-croûte et on sort une bouteille de champagne »

une image et la présence d'une montgolfière sur nos étiquettes nous donne une occasion d'entrer en contact avec les clients. » Alexandre et sa sœur étant également pilotes depuis 2009, la tradition se perpétue chez les Salmon ! Après les airs, les océans. C'est la passion de la plongée qui anime un autre viticulteur champenois, Bruno Bourdelat. Installé à



LA MONTGOLFIÈRE de la famille Salmon est devenue son image de marque. CHAMPAGNE SALMON

Brugny-Vaudancourt (Marne), il observe les fonds marins depuis quinze ans. « Trois ans après avoir commencé la plongée, nous avons décidé de présenter nos vins au Salon de la plongée, qui se tient à Paris en janvier, une période creuse pour nous », témoigne Bruno Bourdelat.

Le succès ne tarde pas. Mais le véritable déclencheur des ventes auprès des plongeurs a été le lancement d'une bouteille sleevee en 2014 et l'adoption de capsules dédiées à la plongée. À chaque salon, ce viticulteur propose une nouvelle bouteille sleevee et de nouvelles capsules. « Les collectionneurs se sont ajoutés aux plongeurs, précise Bruno Bourdelat. Les autres exposants du salon, notamment les grandes entreprises liées à la plongée, sont devenus des clients importants. »

Ce champagne est partenaire de l'assemblée générale de la Fédération française de plongée depuis quatre ans. Sur les 35 000 cols vendus chaque année, 25% le sont grâce à la plongée et aux capsules. « Je continue de plonger deux fois par an, précise-t-il. C'est ma passion. Si elle me permet de me différencier et de créer un réseau, tant mieux... »

Cette fois, c'est sur terre que les

choses se passent. Valérie Forgues, viticultrice au domaine de la Méchinière, sur les rives du Cher, à Saint-Aignan (Loir-et-Cher), s'est prise de passion pour la photographie animalière. Sur ses clichés, elle capture renards, oiseaux et autres blaireaux des alentours.

« Ici, la nature est fascinante, explique cette vigneronne qui commercialise 30 000 à 40 000 bouteilles d'AOC Touraine bio. Au fil des ans, je me suis passionnée pour la photo animalière. J'expose les clichés dans mon caveau. En voyant l'intérêt des clients pour les animaux sauvages, j'ai eu l'idée d'organiser des journées portes ouvertes sur la richesse animalière locale, avec des dégustations des vins. »

Depuis quelques années, Valérie Forgues propose le parcours Viti-Castor : une balade d'une heure et demie le long du Cher avec un guide pour découvrir le territoire des castors, des hérons ou des chevreuils, suivie d'une dégustation des vins du domaine. « Ma passion pour les photos animalières crée un lien avec les clients et permet des échanges plus qualitatifs. C'est également une manière de me démarquer, mais je ne peux pas en mesurer les retombées commerciales. »

AUDE LUTUN

ANNIE SAUVAT, VITICULTRICE À BOUDES (PUY-DE-DÔME), 50 000 BOUTEILLES PAR AN

« L'art et le vin se marient bien »



R. BRUNEL/FEMINA

« Je suis amatrice d'art moderne. Depuis plus de vingt ans, chaque année, d'avril à septembre, j'organise trois expositions de tableaux dans mon caveau où je vends 30% de mes 50 000 cols. Chacune dure deux mois. J'ai une salle de 100 m² avec des murs peints en blanc et des éclairages organisés comme dans

une galerie pour mettre en valeur les œuvres. Je trouve que l'art et le vin se marient vraiment bien ! J'essaie de faire connaître des artistes de la région. Ces expositions dynamisent mes relations commerciales et ma notoriété. Je joins ainsi l'utile à l'agréable. Mais il m'est difficile de chiffrer l'apport commercial des expositions. »